

**FONDI PISUS****La città
cambia
volto**

pag. ► VII

TASSA DI SOGGIORNO**L'odiato
balzello**

pag. ► VIII

RILANCIMPRESA**L'Asdi
si allarga**

pag. ► IX

Expo, effetti positivi per il territorio



@

**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

© F_Gallina2015

Il bilancio, le interviste e i numeri a pagina II

di Giovanni Da Pozzo*

A settembre parte il "cantiere" della Udine del futuro



Le ultime rilevazioni Unioncamere sull'andamento delle imprese italiane evidenziano come il secondo trimestre di quest'anno registri una crescita lieve anche nella nostra regione, però non sufficiente a portare in positivo il saldo dell'intero semestre. A ciò si unisce la preoccupazione dovuta al forte aumento dei fallimenti in Fvg, tra le regioni con i tassi più alti, in controtendenza rispetto al dato nazionale. I numeri confermano purtroppo le attese e la lettura della situazione: in Fvg la crisi si è fatta sentire più tardi e i suoi effetti, anche con casi di crisi importanti, cronaca quotidiana a cui non riusciamo ad abituarci, si stanno sentendo tuttora, mentre in altre aree del Paese un senso di ripresa si è avviato. I fattori sono molteplici e complessi e confidiamo che da un lato si ponga mano in modo deciso alle riforme che riguardano la semplificazione e un alleggerimento dell'imposizione oggi insostenibile a carico di cittadini e im-

prese, dall'altro che le misure del Rilancimpresa, a livello regionale, possano cominciare e far sentire effetti positivi nei prossimi mesi. Come Camera di Commercio, daremo il nostro contributo nonostante il taglio di risorse cui per la prima volta quest'anno il nostro bilancio deve far fronte.

Lo faremo soprattutto in termini di stimolo e supporto all'internazionalizzazione, ma anche al turismo e allo sviluppo dei centri storici, alla formazione per aprire o sostenere l'impresa con maggior preparazione, e ci impegneremo con forti investimenti anche per rendere più agevole l'accesso al credito delle nostre

imprese. Per stimolare l'innovazione e progettare il futuro, assieme al Comune e all'Università di Udine ci siamo presi un impegno formale, che da settembre diventerà pratica. Comporterà un coordinamento reale, perché a Udine e al Friuli occorrono strumenti nuovi per la crescita e il futuro, senza chiudersi nell'isolamento e nemmeno delegando ad altri le proprie responsabilità. Dobbiamo perciò muoverci in modo armonico verso un obiettivo comune, un'idea di Udine e del Friuli verso cui dirigere le nostre idee e le nostre forze. È così che nei giorni scorsi i nostri tre enti hanno approvato l'accordo che dà

vita a "Udine 2024", tavolo di coordinamento tra categorie economiche, decisori pubblici e formazione per il futuro di Udine e del suo territorio. Diamo così prima concreta attuazione al percorso suggerito dall'Ocse, che i suoi analisti hanno espresso nella relazione dell'"Agenda del Futuro - Udine 2024", presentata a inizio giugno in Sala Valduga. Da settembre partirà dunque concretamente quello che abbiamo chiamato un "cantiere" della Udine del futuro. Udine e territorio, diciamolo chiaramente, perché il rapporto Ocse ha evidenziato la necessità di valorizzare e rendere più efficaci i rapporti tra capoluogo

e area che gravita sulla città, declinando l'azione pubblica a favore di una "area metropolitana", organizzata per funzioni, chiare interdipendenze, vantaggi per i cittadini e per lo sviluppo economico. Anche seguendo le raccomandazioni Ocse, saranno perciò molti gli argomenti da affrontare: dal turismo ai rapporti tra economia e mondo della formazione, dai rapporti con l'intero territorio regionale, alle politiche di sostegno all'economia e al sistema produttivo, fino ai programmi di innovazione. Oltre a 9 componenti fissi nominati dai tre enti, ci saranno esperti dei vari temi che saranno di volta in volta affrontati,

con la Regione invitata permanente di ogni riunione, affinché le politiche locali e regionali siano coerenti. Il tavolo "Udine 2024" manterrà dunque quell'impostazione partecipata che ha caratterizzato il lavoro di preparazione al rapporto Ocse, quando oltre 200 cittadini sono stati coinvolti nell'analisi e nelle indicazioni di prospettiva poi inviate agli esperti del team internazionale. È questo il modo che funziona e che vogliamo far funzionare anche in futuro per non navigare a vista, per progettare responsabilmente, insieme, un nuovo sviluppo.

*Presidente della Camera di Commercio di Udine

LA RIFORMA DEI CONFIDI

Dopo quattro anni di attesa sono state emanate nel maggio scorso le disposizioni attuative della riforma del Testo Unico Bancario riservate ai Confidi vigilati, "passo fondamentale per superare le incertezze che in questo lasso di tempo hanno penalizzato l'intero sistema" commenta Leonardo Naffisi, direttore generale di Fedart Fidi, la Federazione nazionale unitaria dei Confidi tra le imprese artigiane e PMI, alla quale fanno riferimento in tutta Italia 130 Confidi artigiani con 14 miliardi di euro di finanziamenti garantiti lo scorso anno a oltre 700 mila piccole e medie imprese. [...] a pag. III

IL SUCCESSO DI CONOSCENZA IN FESTA

«Non c'è dubbio: "Conoscenza in festa" diventerà un appuntamento fisso. Con ospiti sempre di alto livello e nella nostra città». Alberto Felice De Toni, rettore dell'università di Udine, ha appena archiviato la prima edizione della tre giorni di confronto, dibattito e laboratori sul valore del sapere da trasferire all'economia e al sociale, ma è già pronto a ripartire. Convinto che l'operazione possa essere un modello e creare non solo opinione, ma anche fatti concreti per lo sviluppo socio-economico. [...] a pag. XII

La settimana di presenza del Friuli Venezia Giulia al padiglione Italia ha lasciato il segno

EXPO



IL BILANCIO

Successo universale

Ottime chances per il tessuto produttivo friulano di incontrare le delegazioni straniere

Antonella Lanfrit

La "grande soddisfazione" per il successo della settimana di presenza del Friuli Venezia Giulia al padiglione Italia di Expo 2015 può ora crescere di giorno in giorno grazie alla possibilità per il tessuto produttivo della regione di incontrare a Milano le delegazioni straniere di imprenditori, buyers, uomini d'affari e altri soggetti che giungono a flusso continuo fino a ottobre.

È l'ulteriore scommessa su cui può puntare la regione affinché l'esposizione universale riverberi i suoi effetti ben oltre il luogo dov'è allestita e oltre il tempo nel quale si svolge. "Quando siamo avvertiti delle delegazioni in arrivo a Milano e degli incontri promossi con loro, da un lato attiviamo i nostri collaboratori in loco affinché la Regione sia presente a tali appuntamenti, dall'altro inviamo la segnalazione a Unioncamere Fvg", racconta Agostino Maio, Capo di Gabinetto della Regione e referente per l'Expo 2015. Se la settimana di presenza della regione a padiglione Italia ha lasciato il segno - di lì dal 4 al 9 luglio è passato un numero incredibile di visitatori e tutta la governance dell'Expo - il principio è che ora tutto il sistema produttivo regionale può cercare di capitalizzare tale impatto. "In questi mesi è il mondo intero a venire a Milano e dunque lo si ha davvero a portata di mano per incontri B2B", prosegue Maio. Mesi in cui, insomma, è opportuno avere sempre la valigia pronta perché il calendario, anche senza molto preavviso, può presentare opportunità interessanti. È solo dell'altro giorno, tra le altre, la notifica di un gruppo di 17 imprenditori ghanesi in ar-



rivo nel capoluogo lombardo e desiderosi di avere confronti con colleghi italiani riguardo a energia, gas, impianti tecnologici per il settore alimentare e finanza, per fare un esempio. Nel quartiere dell'Expo, è attivo l'ufficio di rappresentanza della Regione, lungo l'asse del Cardo a soli 150 metri dal padiglione Italia, dove sono attivi i giovani stagisti pronti ad ac-

La missione del Friuli Venezia Giulia all'Expo è stata "soprattutto una piattaforma di relazioni" "per diffonderle poi sul nostro territorio"

cogliere chi arriva a offrire le prime informazioni anche alle delegazioni straniere. Del resto la missione del Friuli Venezia Giulia all'Expo è "soprattutto una piattaforma di relazioni", hanno affermato la presidente della Regione Debora Serrac-

chiani, il vicepresidente Sergio Bolzonello e l'assessore alle Risorse agricole e forestali Cristiano Shaurli nel corso della loro presenza nello spazio Fvg dal 4 al 9 luglio. "Stiamo costruendo nuovi rapporti e collaborazioni che, partendo proprio da questi sei mesi di programmazione di Expo nel capoluogo lombardo, giungano e si diffondano sul nostro territorio", ha aggiunto Serracchiani.

Lo spazio Fvg ha unito l'esposizione all'interattività, coinvolgendo i visitatori affinché diventassero tessere che compongono un mosaico. Il mosaico, a partire dai grandi pannelli all'ingresso sui quali si poteva camminare, è stato il leitmotiv per sviluppare il tema con cui si è presentata la regione del saper fare e delle eccellenze, cioè la biodiversità "declinata nella molteplicità degli aspetti in cui è presente sul nostro territorio: naturalistico, culturale, storico, artistico, enogastronomico", racconta Maio. Le barbatelle di Rauscedo, la "radice" del vino, hanno spopolato, così come il filmato di 4 minuti realizzato per l'occasione e molto

visto in Rete, tanto che viaggia oltre le 90mila visioni.

Soddisfazioni dentro l'Expo ma anche al "Fuori Expo", dove molte imprese friulane sono state protagoniste a inizio luglio. Per tutte la conclusione è una sola: "Un successo". Durante i cinque giorni il Gruppo viticoltori dei Colli Orientali Fvg - con 18 cantine -, 6 gastronomie e la distilleria Nonino hanno fatto conoscere le loro pregiate produzioni presentate in sinergia con importanti realtà artigiane locali che operano nel settore arredo e design. "Per tutte le imprese del Gruppo questa partecipazione è stata un successo", conferma il presidente del Gruppo viticoltori, Oliviero Visintini. "La chiave vincente - aggiunge - è stata abbinare i prodotti e i sapori del nostro territorio con un progetto di design di altissimo livello ideato dai giovani di Fabrica".

Lo store "Made. Prodotto. Realizàt. In Friuli", progettato dai designer internazionali di Fabrica con la collaborazione del network di imprese friulane Make My Design e del Consorzio Pietra Piasentina, ha registrato un'ottima affluenza. Le aziende di Make My Design hanno realizzato anche, su disegno di Fabrica, una porta appetizer in legno e pietra Piasentina che ha conquistato gli chef. "Durante questi cinque giorni di Fuori Expo il network ha potuto sfruttare una potente vetrina per un pubblico internazionale - ha affermato Laura Mocchiutti, titolare di una delle 9 aziende della rete -. Lo store ha registrato un'ottima affluenza con oltre 700 persone, tra cui giornalisti e progettisti, e questo ha permesso alle nostre aziende di stringere contatti preziosi per lo sviluppo del progetto".

GLI APPUNTAMENTI CCIAA

In programma b2b e workshop

Continuano gli appuntamenti proposti dalla Cciaa. Se gli incontri organizzati con Promos e Pwc sono sempre in corso e si può aderire tramite <https://www.expobusinessmatching.com/> - e si può usufruire di un "coupon" della Cciaa (info: promozione@ud.camcom.it 0432273517), quelli organizzati con l'Enterprise Europe Network prevedono due date con incontri specifici. Uno si terrà il 29 e 30 settembre: B2b con una delegazione dai Paesi Asean (Brunei, Cambogia, Indonesia, Lao Pdr, Malesia, Myanmar, Filippine, Singapore, Thailandia, Vietnam). L'altro, dal 30 settembre al 2 ottobre, è un evento dedicato al settore "life sciences". Il primo è dedicato a produttori agroalimentari e distributori, produttori di macchinari e impianti per l'industria agricola e alimentare, aziende con prodotti e tecnologie innovative orientate a uno sviluppo sostenibile del settore agroalimentare, esperti e ricercatori. Entro il 15 settembre si deve registrare su <https://www.b2match.eu/expo2015-eu-aseandays>, inserendo un profilo di cooperazione, che comparirà nel catalogo on-line. Dal 1° al 23 settembre tramite il sito i partecipanti potranno richiedere gli incontri bilaterali e quindi ciascuno riceverà la sua agenda personalizzata. (info: Tel. 0432 273516 - 230, mail: progetti.info@ud.camcom.it). Il secondo evento prevede B2b il 30 settembre e 1° ottobre e in una giornata con workshop tematico il 2 ottobre. L'iniziativa è rivolta alle imprese, a organismi pubblici e di ricerca dei settori Life Sciences, Biologia-Biotecnologie, applicazioni It per la salute, attività correlate. Entro l'11 settembre si deve registrare su <https://www.b2match.eu/mit4ls2015>. Dal 12 al 24 tramite il sito si chiedono e fissano gli incontri.



In alto a sinistra, lo spazio Fvg nel Padiglione Italia; sopra, Agostino Maio, capo di gabinetto della Regione e referente Expo 2015 con visitatori e delegazioni straniere

IN CIFRE

15 mila visitatori

15.000 i visitatori dello spazio Regione Fvg all'Expo dal 3 al 9 luglio

4.180 le tessere di mosaico scelte dal pubblico per comporre i mosaici realizzati allo stand

4.450 le scritte realizzate dagli amanuensi dello Scriptorium foroiuliese di Ragogna

1690 "barbamattite" realizzate dall'Immaginario scientifico

312 etichette di 137 aziende presenti nei 6 mesi nello spazio Fvg del padiglione Vino A Taste of Italy

85mila degustazioni di vino registrate tra maggio e giugno

450 operatori coinvolti nei 12 incontri - su 24 programmati - con esperti del mondo vitivinicolo

+21% i consumi registrati ad Aria di Friuli Venezia Giulia e 2,2 milioni di fette di prosciutto tagliate

10 itinerari nei 12 Comuni coinvolti in rete con Aria di Fvg

1,3 milioni l'investimento complessivo della Regione riguardo dell'Expo

VIAGGIO NEL PADIGLIONE

Tra vini e caffè

In mostra l'eccellenza friulana

Settimana dell'Expo - dal 3 al 9 luglio - dedicata al Friuli Venezia Giulia. Uno spazio (invero piccolo), messo a disposizione di tutte le regioni italiane per accogliere le delegazioni e fare mostra delle nostre eccellenze. Bella la porta di accesso, contornata dal disegno di foglie di vite colorate che danno un effetto cromatico alla Missoni. All'interno attrae la vigna di barbatelle appese al soffitto, con le radici racchiuse in piccoli sacchetti di iuta. Ottima idea. Due banchi con sorridenti e abili mosaiciste che creano in diretta le loro piacevoli opere. Le pareti raccontano il nostro paesaggio con una disposizione d'immagini molto ben fatta e di grande effetto.

Quasi dirimpettaio il padiglione del vino italiano, di ottimo impatto. Il percorso si snoda attraverso una ricchissima e ben selezionata enoteca, le cui bottiglie sono inserite in una parete bianca. Nutrivo delle perplessità sul fatto che il prelievo dell'assaggio - che si fa inserendo una card prepagata sotto la bottiglia scelta - fosse privo del racconto del vino selezionato, senza il quale dimezza il suo fascino:

tantissime invece le sue provenienze e infinite le tonalità regione da regione, all'interno delle quali luogo da luogo.

Nota felice per il FVG: unica Regione a disporre di due sommelier dell'Ais regionale sempre lì ad accogliere, seguire e comunicare, anche in inglese, con il pubblico. Sono ben 104 le bottiglie per altrettante aziende che in questa maniera hanno offerto una esauriente panoramica della nostra produzione.

Altro must del Friuli Venezia Giulia il padiglione Illycaffè, di straordinaria bellezza.

Si deve sapere che il giro d'affari che produce il caffè è enorme: 21,6 miliardi di dollari (dati 2012), seconda commodity più trattata sui mercati finanziari del pianeta, dopo il petrolio, oltre ad essere la bevanda, dopo l'acqua, più consumata sulla terra: 4 miliardi di tazzine ogni giorno.

I Paesi a clima tropicale hanno nelle piantagioni di caffè la medesima potenzialità che noi abbiamo nel vino. Una potenzialità che però resta bloccata da troppe incongruenze. Sta di fatto che di quell'enorme ricchezza prodotta, solo pochi spiccioli restano ai contadi-



Store del Fvg a Fuori Expo

ni. In questo lontanissimo dal benessere economico che ricavano i nostri vignaioli, che governano sia la produzione sia la vendita.

Per colmare le troppe e inaccettabili disuguaglianze, Andrea Illy, presidente e ad della Illycaffè, ha lanciato un progetto visionario e coraggioso, inserito nel Coffee Manifesto e presentato pochi giorni fa all'Expo. Si tratta di una serie d'iniziative - che vanno dall'incrementare le varietà coltivate (che sono oltre cen-

to, delle quali se ne usano due soltanto: l'Arabica, in maggioranza e la Robusta) alla gestione del territorio di produzione - da allegare alla Carta di Milano.

"Un circolo virtuoso che parte dalla bontà del caffè. Un consumatore paga di più per un prodotto buono. Se questo guadagno viene reinvestito bene per sostenere anche i contadini "invisibili", si crea un circuito virtuoso tra gusto, bontà ed economia sana che potrebbe aiutare tutta la catena produttiva".

Per farlo, la Illycaffè addotta la tradizione napoletana del caffè sospeso; pago due caffè: uno per me e l'altro per lo sconosciuto che passerà al bancone del bar e non potrebbe permetterselo.

Questa civile abitudine diventerà bandiera dal 1° ottobre quando Illycaffè, con Oxfma, inviterà a pagare una tazzina per sé e lasciare una pagata con un contributo da devolvere ai coltivatori in difficoltà.

Una forma di generosità elegante, senza vanità per chi la compie e senza obbligo di riconoscenza per chi la riceve.

Walter Filippetti

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

Fissata a 150 milioni di euro la nuova soglia di volume di attività finanziaria

FINANZA



L'INTERVISTA

La riforma dei Confidi

Con le nuove direttive ci sarà la possibilità di creare forme di collaborazione e fusione

David Zanirato

Dopo quattro anni di attesa sono state emanate nel maggio scorso le disposizioni attuative della riforma del Testo Unico Bancario riservate ai Confidi vigilati, "passo fondamentale per superare le incertezze che in questo lasso di tempo hanno penalizzato l'intero sistema" commenta Leonardo Nafissi, direttore generale di Fedart Fidi, la Federazione nazionale unitaria dei Confidi tra le imprese artigiane e PMI, alla quale fanno riferimento in tutta Italia 130 Confidi artigiani con 14 miliardi di euro di finanziamenti garantiti lo scorso anno a oltre 700 mila piccole e medie imprese. Tra le principali novità introdotte, come illustra Nafissi, c'è sicuramente la fissazione della nuova soglia di volume di attività finanziaria che dovranno raggiungere i Confidi per poter continuare ad operare come intermediari finanziari vigilati dalla Banca d'Italia, soglia che è stata portata dai precedenti 75 milioni agli attuali 150 milioni di euro. "Il primo 'tetto' stava risultando oggettivamente troppo basso - analizza Nafissi - in quanto palesava la fatica nel rimanere sul mercato per le strutture di garanzia più piccole tra quelle vigilate. A questo punto la normativa implicherà per i Confidi una nuova fase di iscrizione all'albo che è partita lo scorso 11 luglio e terminerà l'11 ottobre prossimo; chi intenderà dunque continuare ad operare nel panorama dei Confidi vigilati dovrà ottenere tale nuova autorizzazione". Proprio in vista di tali scadenze la stessa Banca d'Italia ha promosso lo scorso 1 luglio un incontro a Roma durante il quale ha presentato delle

linee guida per la procedura di autorizzazione, che sono apparse molto rigide, soprattutto per il fatto che la nuova iscrizione non sarà automatica per coloro che rispettano già i parametri dei 150 milioni di euro: "tutti i Confidi dovranno presentare un piano industriale con il quale dimostrano di riuscire a reggere le future sfide del mercato. Per i Confidi che attualmente appartengono al range compreso tra i 75 e i 150 milioni ci saranno comunque cinque anni di tempo per raggiungere la nuova soglia, altrimenti verranno iscritti nella categoria dei Confidi minori". Una fattispecie questa che secondo i dati in possesso della Fedart Fidi interessa metà dei Confidi attualmente attivi in Italia. Al momento in Friuli Venezia Giulia l'unico a superare la soglia è Confidimpresa FVG.

Il tema di fondo comunque che oggi giorno continua a far discutere le categorie ed il sistema dei confidi riguarda la mancanza totale di una politica pubblica delle garanzie, fa notare il direttore Nafissi, "soprattutto in questo momento storico nel quale assistiamo al collasso di una parte del sistema produttivo. E' quanto mai urgente - rileva - una nuova politica creditizia in grado di favorire l'accesso al credito delle piccole e medie imprese, anche attraverso il rafforzamento dei Confidi in modo da far cogliere al sistema produttivo le opportunità offerte dai primi segnali di ripresa. Ma ci troviamo oggi di fronte ad un sistema complessivo che sconta forti difficoltà, con sofferenze crescenti a causa del forte sostegno offerto alle imprese e con un Fondo Centrale di Garanzia per le PMI, gestito dal Ministero per lo Sviluppo economico, che sta "cannibalizzando"



Leonardo Nafissi

il mercato e spiazzando il sistema dei Confidi, anziché esserne il principale partner e controgarante. Lo stesso offre infatti alle banche una copertura delle garanzie dirette fino all'80% dell'ammontare, contro il 50% che elargiscono mediamente gli stessi Confidi, una

Il tema di fondo che continua a far discutere il sistema dei confidi riguarda la mancanza totale di una politica pubblica delle garanzie

percentuale eccessiva - fa notare - della quale spesso beneficiano anche imprese dotate di un rating molto positivo che non avrebbero certo bisogno dell'aiuto pubblico, il tutto a discapito di quelle società che, per quanto sane, sono finanziariamente in tensione e che ne avrebbero di sicuro necessità" per poter tornare a operare positivamente sul mercato". Proprio per riuscire a limita-

re queste disparità si sta tentando anche un intervento a livello regionale e nelle scorse settimane c'è stato un incontro con i rappresentanti della Giunta regionale del Friuli Venezia Giulia: "abbiamo chiesto loro un intervento specifico studiando delle formule facilitatrici per le imprese e la risposta che abbiamo ottenuto ci fa ben sperare". Tra le ipotesi al vaglio quella di utilizzare il Fondo centrale attraverso le maglie della legge Bassanini sul decentramento amministrativo, puntando ad una "regionalizzazione", per quanto parziale, del sistema. In sostanza il Fondo opererebbe esclusivamente in controgaranzia attraverso i Confidi in maniera tale da dare risposte alle pratiche di prima fascia; al contempo ci sarebbe l'opportunità di potenziare i fondi della riassicurazione oppure utilizzare gli stanziamenti previsti dalla programmazione europea in fatto di "tranché cover". Sullo sfondo rimangono in ballo altre questioni aperte a livello nazionale: lo sblocco, non ancora avvenuto, dei decreti attuativi della legge di stabilità 2014 con i quali si prevede un contributo di 225 milioni di euro a beneficio della patrimonializzazione dei Confidi così come, mette in luce Nafissi, si fa molto affidamento ad una rapida approvazione da parte della Camera dei Deputati della legge delega per la riforma dei Confidi, dopo che la stessa è stata approvata dal Senato nei giorni scorsi; infine attende ancora di vedere la luce il decreto che dovrebbe normare i Confidi minori, il che non consente ancora di avere un quadro normativo certo in materia di garanzie dopo oltre quattro anni dall'avvio della riforma.



I Confidi sono dei soggetti operanti sul mercato finanziario che hanno il compito di affiancare e supportare le pmi nell'accesso al credito bancario attraverso la concessione della garanzia mutualistica e l'erogazione di alcuni servizi quali la valutazione del merito di credito basata sulla valorizzazione degli elementi qualitativi, ad integrazione di quelli quantitativi; l'affiancamento nella relazione con il sistema bancario e la consulenza finanziaria utile per individuare la forma di finanziamento più adeguata e per accrescere la cultura finanziaria degli imprenditori. In sostanza i Confidi svolgono una funzione di ponte tra le imprese e gli intermediari bancari. Dal 2008 (entrata in vigore di Basilea II) sono diventati determinanti per assicurare l'accesso al credito di un certo target di imprese e una corretta classificazione dei clienti in base al grado di rischio e quindi del merito creditizio. Due attualmente sono le tipologie: i Confidi vigilati ossia quelli autorizzati dalla Banca d'Italia, finora iscritti nell'Elenco speciale di cui all'art. 107 del "vecchio" TUB e attualmente in corso di iscrizione al nuovo albo degli intermediari finanziari di cui all'art. 106 TUB, impegnati nell'attività tipica di garanzia collettiva, oltre che in altre attività, come la concessione di finanziamenti per cassa e di firma anche a soggetti diversi dai soci; i Confidi minori, attualmente iscritti nell'Elenco generale di cui all'art. 106 del "vecchio" TUB e per i quali si è in attesa dei D.M. di attuazione per la costituzione dell'Organismo tenuto alla gestione del nuovo Elenco previsto dall'art. 112 del TUB, che possono svolgere unicamente l'attività di garanzia collettiva dei fidi e servizi connessi e strumentali. In Italia il sistema dei confidi fa riferimento principalmente alle associazioni di categoria.

IL RUOLO NELLA CRISI

Il commento delle categorie

"Un sistema che ha dato risposte alle pmi"

Le novità introdotte, secondo Matteo Tonon, presidente di Confindustria Udine "sono un chiaro segnale del legislatore per far sì che si sviluppino nuove aggregazioni nel mondo dei Confidi Vigilati. Anche in Friuli Venezia Giulia si apre quindi un periodo di riflessione importante per tutti i Confidi al fine di decidere le politiche industriali da attuare e, di conseguenza, le strategie future". Per Tonon occorrerà proseguire cioè nelle politiche di sostegno garantistico e consulenziale "per assicurare al mondo delle piccole e medie imprese un miglior accesso al credito. Quello dei Confidi è un sistema sano, che ha risposto appieno a tutte le importanti esigenze che hanno avuto le pmi in questi anni molto difficili per l'accesso al credito". Secondo Massimo Paniccia, presidente di ConfApi FVG "in primo luogo ne va favorito l'accorpamento riducendone il numero rispetto agli 8 attuali, per accrescerne la massa critica e con essa gli impieghi alle aziende che ne hanno necessità, con il risultato ulteriore di abbassare i complessivi costi di gestione del sistema il cui beneficio, però, dovrebbe trasferirsi anche alle imprese, riducendo le commissioni a loro carico e



Giovanni Da Pozzo

incentivando l'adesione di quelle meno bisognose dell'integrazione garantistica e, perciò, di minor rischio per i consorzi". In secondo luogo, analizza Paniccia, "va considerato che per effetto delle accresciute insolvenze di questi anni i confidi hanno lamentato una marcata erosione dei propri patrimoni, con la conseguenza di ridurre sia l'offerta di garanzie integrative e, quindi, l'ammontare degli impieghi, sia gli introiti finanziari derivanti dall'attività d'investimento. L'Amministrazione regionale e alcuni enti camerali hanno colto il problema, ma è necessario che si continui a intervenire a sostegno del ripristino del depauperamento patrimoniale di questi istituti,



Matteo Tonon

finché l'economia del Friuli Venezia Giulia non entrerà in una fase di ripresa. Questa misura andrebbe, in particolare, rivolta ai confidi assoggettati alla disciplina dell'art. 107 del testo unico bancario". Per Graziano Tilatti, presidente di Confartigianato Udine "siamo stati tra i primi a ragionare in chiave di razionalizzazione del sistema ed oggi ci avviamo a completare l'opera. A livello nazionale stiamo ragionando su un progetto di Confidi a rete capace anche di poter accedere al fondo centrale di garanzia, nuovi scenari inoltre si sono aperti a seguito della riforma di settore che ha lanciato diverse sfide; allo stesso tempo - aggiunge Tilatti - non possiamo di certo rimanere



Massimo Paniccia

indifferenti al contesto del Friuli Venezia Giulia dove attualmente siamo l'unico player con i numeri rispondenti alle nuove indicazioni normative, per senso di responsabilità quindi siamo disponibili ad aprire una discussione ed un confronto con gli altri soggetti". Giovanni Da Pozzo, presidente di Confcommercio Udine rimarca il fatto che la categoria da lui rappresentata è stata tra le prime a credere nei percorsi di aggregazione, tradottasi nella collaborazione con la Confindustria che ha portato alla nascita del Confidi Friuli, "questo a testimonianza del fatto che per noi sono fondamentali i valori inter-settoriali all'interno di un territorio omogeneo; ora con le nuove di-



Graziano Tilatti

rettive per quanto ci riguarda - aggiunge - ci sarà la possibilità di cercare forme di collaborazione/fusione con altri confidi in Regione, altrimenti si potrà proseguire l'attività di garanzia come soggetto non vigilato, tenendo comunque in considerazione la consistenza non indifferente dei mezzi patrimoniali. A livello nazionale si va verso una semplificazione e a mio avviso - conclude - in questo momento ci voleva un passaggio normativo della Banca d'Italia che premiasse le volontà di aggregazione mentre l'impostazione data è stata quella di valorizzare solamente i confidi con grandi masse di garanzia e patrimoni consistenti".

D.Z

NUMERI FVG

Oltre 17 mila soci

CONFIDI FRIULI
Oltre 5.000 imprese socie

Presidente:

Michele Bortolussi

Deliberato: 40,7 milioni nel 2015 (+51,1%), con un aumento sia del medio termine (da 11,8 a 12,6 milioni) che del breve termine (da 15,1 a 28,1 milioni).

Garantito:

18,1 milioni

Affidamenti:

oltre 200 milioni di euro

Garanzie in essere:

86milioni di euro.

CONFINDIMPRESE FVG
Nato a fine 2007

Presidente:

Roberto Vicentini

Dal 1. gennaio 2015: fusione con Congafi Artigiani e PMI Trieste

Soci: 12.588 soci

Bilancio 2014:

attivo finale di 724 mila 185 euro

Finanziamenti:

186 milioni 700 mila euro (+1,47%) per un totale in essere, al termine dello scorso anno, di 295 milioni e 700 mila

Il prossimo anno si festeggerà il 50^o anniversario dalla fondazione

IMPRESE



CALZAVARA

Comunicare il futuro

L'azienda friulana offre servizi e prodotti per reti fisse, wireless, cellulari e banda larga

Giulia Zanello

La Calzavara spa è un'azienda con sede a Basiliano che opera sul mercato nazionale e internazionale nel settore delle telecomunicazioni e dell'energia, e affonda le sue radici nel 1966. Per le telecomunicazioni, Calzavara è un integratore di sistema con servizi e prodotti tradizionali ed innovativi per reti fisse, wireless, cellulari, broadcasting, TV, radio, sorveglianza radar e per il mercato della banda larga in generale. Calzavara, inoltre, propone servizi "turn key" e sistemi innovativi riferiti alle energie alternative e rinnovabili.

Il prossimo anno si festeggerà il 50^o anniversario dalla fondazione e abbiamo chiesto all'amministratore delegato, Marco Calzavara, di raccontar-



Il padiglione del Nepal all'Expo. La copertura radio dell'evento è garantita da sei torri per telecomunicazioni realizzate da Calzavara. In basso, l'ingresso degli uffici

35 anni fa i primi approcci nel mercato estero. Oggi la percentuale di fatturato supera il 60%

ci la storia della sua azienda. Se dovesse immaginare un viaggio ideale che racconti la storia di questa impresa da dove partirebbe?

Sicuramente dalla costante e continua volontà di innovazione e curiosità per le cose nuove. Questo "fil rouge" ha caratterizzato l'idea imprenditoriale di mio padre Lucio, oggi presidente dell'azienda, che ha avuto il merito di trasferire a me questa filosofia imprenditoriale. Curiosità unita a una linea di condotta basata sull'etica e il rispetto, rispetto delle regole, del cliente e, soprattutto, dei collaboratori che rappresentano il vero motore aziendale. In sostanza il successo imprenditoriale sta certamente nell'idea, ma questa idea deve poi coniugarsi con una linea di condotta strutturata e coerente. Questo

CURIOSITÀ

Le torri che illuminano l'Expo

Non tutti sanno che la copertura radio di EXPO Milano 2015, circa 1,1 milioni di metri quadrati, è garantita da sei torri per telecomunicazioni realizzate da Calzavara. Strutture alte fino a 42 metri, colorate, che di notte si accendono e contribuiscono a illuminare e animare Expo.

Sono strutture di design talmente belle che spesso vengono confuse con le architetture dei padiglioni progettate dalle archistar. I turisti, quando ne incontrano una - per esempio quella vicino a Palazzo Italia - la fotografano, forse con superficialità, senza rendersi conto che dietro queste architetture si nasconde tutta l'alta tecnologia che gli permette di condividere la foto sui social networks. Negli anni '90 Calzavara ha interpretato le strutture per telecomunicazioni attraverso l'integrazione delle stesse con il paesaggio, mascherandole in pini, palme, finti alberi, finti camini. Nel decennio seguente ha compiuto una ricerca sul loro significato espressivo e sul ruolo urbano, dandone nuova interpretazione come architetture verticali dedicate più che alla funzione tecnologica, alla bellezza, alla memoria, al sogno, all'ambizione di diventare simbolo contemporaneo di un luogo e di un tempo. (Gz)



è, a mio avviso, il viaggio che ha intrapreso mio padre quasi cinquant'anni fa e che oggi mi vede parte in causa come con-

vinto sostenitore. L'estero quanto pesa sul fatturato? Da sempre la Calzavara ha

seguito la vocazione straniera. I mercati esteri non si inventano, richiedono una costante attenzione per ottenere risultati

IN CIFRE

120 dipendenti di cui 22% laureati

1966 anno di fondazione

Stabilimento di produzione: 44 mila mq a Basiliano di cui 9 mila coperti

120 dipendenti di cui 22% laureati

18 milioni di euro fatturato annuo di cui 9 dal mercato estero

2,5 % del fatturato in investimenti R&D

Location: Basiliano (headquarter) e Roma (branch office)

significativi. Noi abbiamo iniziato ad affacciarci ai mercati esteri oltre 35 anni fa e, costantemente, abbiamo incrementato la nostra presenza consolidandola anno per anno, fino a raggiungere una percentuale di fatturato che supera il 60%.

Per vincere sul mercato globale cosa serve?

Dedizione assoluta alla causa, razionalità e umiltà nel capire mercati e culture differenti e, soprattutto, una struttura aziendale adatta ad affrontare problematiche radicalmente differenti a quelle che si incontrano a "casa nostra". Tutte co-

no dato ragione. Oggi la Calzavara ha tutti gli spazi necessari e sufficienti (42mila metri quadrati scoperti e circa 10mila coperti), ad una corretta gestione quotidiana e a un armonico sviluppo futuro.

Quanto conta il capitale umano in azienda?

E' fondamentale. Come ho già anticipato, nella mia filosofia imprenditoriale sono gli uomini che creano l'azienda, non le macchine. Queste si possono comprare e vendere, il patrimonio umano no. L'impresa dispone di uno staff di oltre cento persone, dal manager agli operai, di tutto rispetto e di alto livello culturale (oltre il 20 per cento del personale è laureato).

Scuola /lavoro c'è sinergia? I tecnici sono formati in loco?

Poca. Purtroppo l'eterna diaframma fra scuola e mondo del lavoro non ha trovato una soluzione soddisfacente per il mondo imprenditoriale. Certo ci sono iniziative "intelligenti", mi riferisco per esempio al progetto comunitario "Learn & Go", ma sono ancora troppo poche. Bisogna fare di più. Nel settore telecomunicazioni trovare oggi ingegneri è un'impresa. Sembra impossibile che si parli continuamente di disoccupazione giovanile e poi un'azienda come la Calzavara abbia grandi difficoltà a trovare giovane personale laureato, ma è così. Bisogna impostare una politica dell'educazione che guardi lontano e non si soffermi sul proprio ombelico.

L'amministratore delegato Marco Calzavara: "Nel settore telecomunicazioni trovare oggi ingegneri è un'impresa"

se difficili per la piccola e media impresa.

Basiliano per scelta o necessità?

Per scelta. Quando negli anni Settanta mio padre Lucio si è trovato "costretto" nel precedente asset produttivo, a Pasion di Prato, ha trovato nella zona industriale di Basiliano, allora ancora in via di sviluppo, un luogo adatto allo sviluppo dell'azienda. I fatti poi ci han-

E.M.E URSELLA

Oltre mille case realizzate negli ultimi 38 anni

La cultura del costruire

La E.M.E. Ursella spa nasce a Buja nel 1976, proseguendo sul percorso già tracciato dalle precedenti imprese di costruzione Ursella. Il successo dell'azienda sta nell'idea di costruire una casa in stabilimento, sul modello delle produzioni di tipo industriale. Un'intuizione trasformata in realtà grazie all'utilizzo del Block-Volume, un sistema tridimensionale che consente di dar vita a una casa "chiavi in mano" direttamente nella sede di Ursella. L'azienda di Buja, sviluppata su un'area di 15.000 metri quadrati, occupa una quarantina di maestranze e vanta un fatturato di quattro milioni di euro, è organizzata in modo da produrre ogni edificio attraverso varie fasi che vanno dal taglio dei profilati all'assemblaggio, alla saldatura delle strutture, ai getti di calcestruzzo e agli impianti. Un ufficio di progettazione

studia i progetti cercando soluzioni esteticamente gradevoli pur con l'utilizzo di un modulo industrializzato. L'anno scorso l'azienda si è rinnovata con "Case Ursella. La cultura del costruire": questo il messaggio che accompagna da allora l'azienda friulana nel futuro, che ha deciso di diversificare i suoi prodotti (case "chiavi in mano" realizzate nello stabilimento di Buja e portate ovunque). Ne è nata la linea classic, rivolta a chi ama la tradizione e la semplicità, e la linea design, pensata per un pubblico di giovani coppie, con particolari architettonici ricercati e moderni, resi possibili dalla collaborazione con l'architetto Stefano Pilosio. «Abbiamo deciso di diversificare la nostra offerta per venire incontro alle richieste del mercato - spiega l'A.D. Andrea Ursella - mantenendo però standard qualitativi molto alti. Ci rinnoviamo

con l'obiettivo di crescere ancora consapevoli della nostra esperienza, frutto di oltre mille case realizzate negli ultimi 38 anni». Ciò che differenzia Ursella dalla concorrenza, è la capacità di realizzare moduli abitativi in azienda già com-

Da poco è stato lanciato un contest per offrire ai giovani architetti e designer l'opportunità di esprimersi in maniera creativa

pleti di impianti, trasferendoli poi al cliente per concludere i lavori e consegnare una casa completa in ogni sua parte. Abitazioni antisismiche, costruite con materiali tradizionali,

resistenti al fuoco, caratterizzate da un perfetto isolamento acustico, termico ed elettromagnetico. Le abitazioni Ursella sono già predisposte per l'installazione di pannelli solari o fotovoltaici con certificazione energetica A+. Tutti plus che consentono a Ursella di essere molto competitiva sul mercato, con prezzi contenuti, abbattendo i tempi di consegna di una casa, data al cliente già pronta per essere utilizzata, e con una grande cura per le finiture e per i dettagli. A tutto questo si aggiunge ora la prospettiva di progettare la casa del futuro, dando la possibilità agli architetti di domani di realizzare un'abitazione con i moduli Eme Ursella. E' l'obiettivo di "Modularmente - Ursella Academy", contest lanciato da Eme Ursella per offrire ai giovani architetti e designer l'opportunità di esprimersi in maniera creativa, ponendosi in



relazione con il mondo del lavoro. Un'iniziativa che ha ottenuto il patrocinio di Università di Udine, Confapi Fvg e Ordine degli Architetti di Udine. L'idea del contest, presentata di recente, nasce da Andrea Ursella che ha voluto coinvolgere i giovani architetti delle Università del Triveneto, che dovranno presentare i loro progetti entro il 2 settembre prossimo, alla ricerca di soluzioni innovative ed ecosostenibili per i blocchi delle sue case. Chi parteciperà sarà chiamato a ricercare soluzioni innovative nella distribuzione degli spazi interni non strutturali, nell'utilizzo

dei materiali, nell'assemblaggio della casa Ursella, nella ricerca di nuove modalità per rendere ecosostenibile l'abitazione. Il vincitore del contest sarà dichiarato il 10 ottobre durante l'edizione 2015 della fiera Casa Moderna, avrà possibilità di trascorrere un periodo di formazione in azienda seguendo tutte le fasi di trasformazione del suo progetto. La casa così realizzata sarà inserita a catalogo. Ci sarà anche una menzione d'onore per un altro dei partecipanti al contest, assegnata attraverso i "mi piace" dei fan di Facebook di Eme Ursella.

Gino Grillo

L'azienda ha creato un brevetto da cui si ricavano integratori alimentari, cosmetici e molto altro

IMPRESE



EVERGREEN LIFE PRODUCTS

Il benessere dell'olivo

Dalle foglie della pianta è possibile estrarre un principio attivo che porta benefici all'organismo

Chiara Andreola

Nella patria delle diete mediterranee, dell'olivo non si usano solo i frutti: la Evergreen Life Products, di San Giovanni al Natisone, da ormai cinque anni ne utilizza anche le foglie. Da queste è infatti possibile estrarre per infuso un principio attivo che l'azienda ha brevettato, l'Olivum, da cui si ricavano integratori alimentari, cosmetici e molto altro ancora (vedi box). «Registrare il marchio è stato un passo importantissimo per la valorizzazione di questa nostra scoperta - sottolinea il giovane ad e figlio del fondatore, Luigi Pesle -, così come la collaborazione con le università sul fronte delle ricerche: il primo studio sui principi attivi è stato condotto dalla facoltà di farmacia dell'università di Trieste, ed ora è in corso una collaborazione con l'università di Padova per il lancio dei nostri prodotti sul mercato».

«Anima» di Evergreen Life Products è la rete di 6000 incaricati diffusa su tutto il territorio nazionale: «Così come l'abbiamo strutturata, questa ci garantisce un contatto diretto con i clienti e quindi anche feedback da parte loro, il che è fondamentale per migliorare le nostre strategie commerciali. E se gli incaricati si trovano bene a lavorare con noi, è per la volontà di fare squadra». I più attivi sono stati premiati lo scorso giugno a Bologna, e tra questi ci sono anche due friulani - Alex Mattaloni di San Giovanni al Natisone, e Fabio Tribos di Gonars - al primo e terzo posto rispettivamente.

Dopo i quasi 6 milioni di fatturato realizzati nel 2014, l'azienda punta a tagliare il



Anima di Evergreen Life Products è la rete di 6000 incaricati diffusa su tutto il territorio nazionale

traguardo dei 10 milioni nel 2015: «E le premesse ci sono, perché nel primo semestre abbiamo bene a lavorare con noi, è per la volontà di fare squadra». Un ottimo prosieguo, dopo l'incremento del 130% sullo stesso periodo del 2014 registrato nel primo quadrimestre con 3 milioni di euro.

Una crescita che si espande anche oltre confine, con l'apertura di due società estere capitalizzate al 100%: Evergreen Life Products SLU in Spagna e Evergreen Life Products OOO

in Russia, e una terza in arrivo a fine anno, sulla quale è mantenuto ancora uno stretto riserbo. «La Spagna è un mercato in crescita in virtù della comune tradizione di dieta mediterranea - osserva l'ad -, mentre la Russia lo è per la volontà e la curiosità di scoprire il made in Italy. C'è da dire poi che molti dei nostri collaboratori hanno contatti all'estero: per cui la nostra rete si espande in modo naturale, per quanto sia poi l'azienda ad occuparsi degli aspetti burocratici».

In quanto alle prospettive future, Pesle vede come particolarmente promettente il settore dei cosmetici: «Già ne abbiamo creati diversi, e i risultati sono stati interessanti. Credo ci siano ottime potenzialità di sviluppo per la cosmetica «verde».

IN CIFRE

+ 130% di crescita nel primo semestre

5,75 milioni di euro il fatturato 2014

3 milioni di euro il fatturato del 1° quadrimestre 2015

+ 130% la crescita sullo stesso periodo 2014

5 milioni di euro il fatturato del 1° semestre

6000 gli incaricati alla vendita su tutto il territorio nazionale

Dai cosmetici alle linee per gli animali

Evergreen Life Products, nata nel 2010, è stata la prima azienda in Italia ad utilizzare i principi attivi contenuti nelle foglie dell'olivo per realizzare un integratore di uso quotidiano che apportasse benefici all'organismo. «Mio padre ne conosceva le proprietà - racconta Luigi Pesle -, ma paradossalmente, nel Paese della dieta mediterranea e dell'olio d'oliva, nessuno le aveva ancora mai usate a questo scopo». Così sono nati - grazie anche al lavoro delle università con cui l'azienda collabora - prima gli integratori alimentari e poi una serie di altri prodotti a base di Olivum, principio attivo che oggi è marchio registrato e brevettato. Tra le sostanze benefiche che lo contraddistinguono troviamo l'oleuropeina, l'acido elenolico, l'idrossitirosolo, il tirosolo, e la rutina: quest'ultima, per fare un esempio, rinforza i capillari, mentre la prima ha dimostrato in vitro effetti positivi contro le cellule tumorali leucemiche.

La gamma di prodotti offerti, tutti naturali e privi di additivi, è vasta: il principale è l'integratore alimentare Olistim, anche in versione monodose, e l'integratore Olijelly, pensato specificatamente per gli sportivi; ma non mancano i dolci sfizi come Ojelly, le gelatine di frutta disponibili nei gusti arancio, mela verde e lampone. Il settore considerato più promettente dall'ad, come già detto, è quello dei cosmetici: le creme viso Olinight e Oliday, il siero concentrato per viso della nuova linea «Alexandra Cosmetics», le creme per il corpo Olistim e Olibody, Olident e Olifresh per l'igiene orale, lo shampoo Olimpo e Olihair per la cura dei capelli. Non mancano nemmeno i prodotti per gli animali - Olidog e Olicat - e quelli per la casa come Olisan, il primo igienizzante nebulizzatore alle foglie d'olivo. I prodotti, grazie al contatto diretto con i consumatori, sono elaborati anche in base alle loro esigenze: «i consumatori non sono acquirenti passivi - afferma Pesle -, ma parte attiva, in quanto l'azienda presta molta attenzione ai suggerimenti dei consumatori anche per l'ampliamento della gamma prodotti».



SPRECOMENO

Catena di negozi di prodotti per la casa sfusi e alla spina

Naturale e biologico

Ha deciso di investire in Italia tornando nel Paese da cui erano partiti i suoi genitori. Ha scelto l'ambiente, il naturale e il biologico "perché è il nostro futuro". Corinna Pellegrin è un'imprenditrice che sa il fatto suo, che conosce senza paura la parola "reinventarsi". La sua è una storia tutta da raccontare. È figlia di emigranti friulani: mamma di Gonars e papà di Ronchis di Latisana. Si conoscono in Francia a Parigi nel quartiere italiano, giovanissimi. È amore a prima vista. Gente friulana i suoi genitori. Gente abituata a sudare e lavorare per guadagnarsi da vivere. La madre per 38 anni fa la governante in una famiglia. Il padre di giorno fa il muratore, di notte lavora come sarto. «Sono arrivata in Italia nel 2001. Ho sempre lavorato anche in Francia nel campo dell'informatica dopo una formazione da ragioniera». Nel 2003 crea un'azienda che nel 2007 con una rete di antenne riesce a servire la bassa friulana della banda larga, fino allora scoperta. Arriva ad annoverare nel suo portafoglio 1500 utenti. Delle potenzialità se ne ac-

Una formazione da ragioniera, un passato da informatica, un futuro nell'ambiente

corge un'impresa che ora ha sede a Passignano di Prato. I primi contatti, poi la vendita dell'impresa. Siamo a luglio 2011 "Mi sono chiesta: e ora cosa faccio? Avevo già dato molto nell'informatica. Volevo creare qualcosa di innovativo, unico, particolare". Corinna non lascia nulla al caso. Sa che solo un business plan la può portare a riniziare tutto daccapo.

La soluzione la trova in casa. «Avevo appena installato dei pannelli fotovoltaici nell'abitazione, l'impianto solare per scaldare l'acqua». L'anima green non mente. Corinna intuisce che l'ambiente è il futuro su cui investire. Fa quindi una ricerca. Prende ad esempio modelli all'estero e da lì nasce l'idea e poi l'azienda: SprEComeno, la prima catena di negozi in Friuli Venezia Giulia di vendita di

alimenti e prodotti per la casa sfusi e alla spina, naturali e biologici. La prima apertura è nell'aprile del 2012 a Castions di Strada "Perché Castions? Premetto che non avevo mai lavorato nel commercio.

Era la prima volta che entravo in contatto con dei consumatori e mi sono cercato da sola anche i fornitori - spiega - Ho pensato di aprire un negozio in quella zona, perché è rurale, magari un po' più disabitata rispetto alle altre, piuttosto che a Udine dove c'è già

Il progetto è quello di dare vita a un franchising. Due finora i punti vendita aperti. A Castions di Strada e a Feletto Umberto

abbondanza di scelta. Non volevo aprire un negozio in una zona già servita e concorrenziale". Corinna sceglie, come in tutta la sua vita, la via più difficile "Se SprEComeno an-

dava a Castions, ho pensato, poteva avere successo da qualsiasi altra parte».

E i risultati le stanno dando ragione. Il 79% dei clienti ora sono fidelizzati. Dal primo al secondo anno il fatturato è raddoppiato; dal secondo al terzo è aumentato del 40%; dal terzo al quarto del 20%. Il suo segreto? «Abbiamo lavorato molto sui prodotti. La gente è consapevole dell'acquisto, lo cerca e non ha paura di spendere se vede la qualità. I nostri prodotti riportano il produttore, il lotto e la scadenza. Danno sicurezza al consumatore».

Nel negozio si trova di tutto: legumi, cereali, frutta secca, tisane, spezie, caffè e poi ci sono i detersivi alla spina". Il coraggio premia. Ed è così che Corinna non si accontenta e tenta il grande salto: a Feletto Umberto dove apre un secondo negozio a fine febbraio. E il fatturato dopo i primi mesi è uguale a quello realizzato dopo tre anni a Castions. Il futuro si chiama franchising "i contratti sono già pronti - conclude - Abbiamo già una quindicina di richieste. A settembre con un meeting partirà il progetto».

Quarant'anni di impegno alle spalle e un percorso produttivo che pare non aver accusato i contraccolpi della crisi economica

IMPRESE



SIPA

La sedia in evoluzione

Una mosca bianca nel Distretto che si è contraddistinta grazie alla ricerca del design e all'export

Lucia Aviani

Fatturato in crescita e progressivo consolidamento della presenza nei mercati esteri, quelli, per la precisione, extra Unione Europea. E' esempio in netta controtendenza con il panorama gene-

È aumentata la distribuzione in Australia, Estremo e Medio Oriente, Stati Uniti e Canada



rale (e locale, in primis, posto che questa storia aziendale si colloca nel sofferente Distretto della Sedia) quello che giunge dalla ditta Sipa snc di Leproso di Premariacco, quarant'anni di impegno alle spalle e un percorso produttivo che pare non aver minimamente accusato i contraccolpi della crisi economica. Nel Triangolo della Sedia, appunto, davvero una mosca bianca. La Sipa ce l'ha fatta, si è salvata dal triste processo delle chiusure a catena e, addirittura, ha potenziato la propria attività: un piccolo miracolo, insomma, quello attuato dalla famiglia Chiappo, titolare della fabbrica. Nel 2014 il traguardo del quarantesimo, per questa realtà di proporzioni contenute (conduzione familiare: 14, complessivamente, i dipendenti) specializzata, come molte "colleghe" costrette a tirare i remi in barca, nella produzione di sedie, tavoli e complementi in legno massiccio. Dove sta la differenza?, viene allora da chiedersi. Cosa ha reso diversa la Sipa snc

dalle tante ditte arenatesi sotto la pressione della concorrenza e, parallelamente, del ristagno dei consumi? Come si è potuto, o meglio saputo, non solo sopravvivere in una congiuntura di particolare difficoltà ma pure accrescere gli ordinativi e, conseguentemente, gli introiti? La risposta, dicono dalla Sipa, sta in «una scrupolosa gestione economico-amministrativo-finanziaria», che ha consentito di contenere al massimo le spese, e in «investimenti mirati e ponderati», che hanno favorito nuove operazioni accomunate da un fattore ben preciso, l'attenzione al prodotto (e non solo): «Abbiamo sempre prestato la massima attenzione - spiega uno dei fondatori dell'industria, Paolo Chiappo, che gestisce la Sipa insieme alla seconda generazione, Francesca, Michele e Matteo Chiappo - alla qualità e alle richieste del cliente». E, non di meno, al lato "estetico": «Cerchiamo di stare al passo con i tempi - sottolineano i titolari -, elaboran-

Premiante si è rivelata la decisione di puntare sulla diversificazione dell'attività, aprendo via via ad altri comparti produttivi

do innovative linee di design, che ci permettano di inserirci nei mercati emergenti». Quelli al di fuori dell'UE, come detto. E' proprio alla "conquista" degli stessi che si deve il sopra citato incremento di fatturato, che a dicembre 2014 ha toccato quota 2 milioni 600 mila euro. «Siamo riusciti a compensare il calo delle vendite sul mercato nazionale e le difficoltà che si riscontrano su quello europeo, a cominciare dalla Germania - testimoniano dalla Sipa snc -, con l'aumento della distribuzione in Australia, estremo e medio Oriente, Stati Uniti, Ca-

nada: abbiamo stipulato contratti importanti con grandi catene nel settore casa/contract, bar e caffetterie». Specializzata, agli inizi, nella realizzazione di componenti per la grande industria e di articoli finiti destinati, in prevalenza, alle strutture ricettive della montagna, Sipa snc ha poi gradualmente esteso i campi d'azione facendo leva, con convinzione, sull'innovazione e sugli investimenti nelle sfere del design, del marketing e della comunicazione; si è dotata, insomma, di un "look" moderno e accattivante, in grado di catturare l'interesse della clientela. Determinante, ai fini promozionali, anche la costante partecipazione alle fiere di settore, a cominciare da quella del Mobile, a Milano. Scelte, tutte queste, che si stanno dimostrando vincenti. Premiante, oltre agli aspetti già citati, si è rivelata la decisione di puntare sulla diversificazione dell'attività, aprendo via via ad altri comparti produttivi rispetto a quello degli esordi. «Con i guadagni ottenuti negli anni '70 e '80 abbiamo dato vita, nel '94 - spiegano dalla ditta -, all'immobiliare Progetto Legno srl. Abbiamo costruito strutture sia a San Giovanni al Natisone (19 mila metri quadrati di superficie) che a Leproso di Premariacco (7 mila metri quadri), allo scopo di affittarle. L'investimento iniziale è stato senza dubbio consistente, ma era la via giusta. A oggi, infatti, tali capannoni sono sede di varie attività, dal ramo della grafica ai settori della logistica, della plastica, della meccanica. E' pure, o forse proprio grazie alla decisione di ingrandirci, quindi, che siamo riusciti a superare un frangente notoriamente critico».

CURIOSITÀ

Il segreto? "Sapere che i tempi sono cambiati"

La chiave del successo aziendale, oggi, sta nell'export e - contestualmente e parallelamente - nella capacità di comprendere che «i canoni "classici", stereotipati, dal lavoro non esistono più». Matteo Chiappo, uno dei titolari della Sipa snc di Premariacco, non ha dubbi al riguardo: «Non si può continuare, non nel nostro settore quanto meno - dice -, a ragionare con la logica delle otto ore lavorative giornaliere. Bisogna superare quella barriera, orientarsi verso una nuova dimensione: l'azienda ti "accompagna" sempre, anche nei momenti liberi, anche di domenica. Perché così dev'essere: non si deve staccare mai, di fatto. Una buona idea può arrivare pure il sabato sera, di fronte a una pizza. Ed è di buone idee, appunto, che c'è bisogno, per andare avanti e per crescere. Ci sono tante realtà friulane che producono cose bellissime, interessanti, dalle alte potenzialità, ma che si limitano a un mercato locale, ristretto. Questo, a mio avviso, è un grave errore. I tempi sono cambiati e ci si deve adeguare». Il che significa osare, guardare fuori casa, puntare con decisione oltre confine. «L'imprenditore dei tempi nostri - prosegue Chiappo - deve viaggiare, conoscere le lingue, sviluppare capacità di contatti. Serve un'elasticità mentale che non è scontata, perché parlare è un conto, agire un altro: bisogna essere pronti a muoversi, a partire, a cambiare ambiente; confrontarsi con altre realtà e farsi conoscere... il che significa, in primis, frequentare le fiere di settore». E non si deve temere di «chiedere una mano alla classe politica», che dovrebbe «premiare le ditte sane, che sanno lavorare bene», affinché le medesime possano continuare a dare valore al territorio. **l.a.**

IN CIFRE



40 anni di attività aziendale; **14** dipendenti; **2** milioni 600 mila euro di fatturato, nel 2014; **5** le principali aree di mercato estero: Australia, estremo e medio Oriente, Stati Uniti, Canada; **3** i principali comparti produttivi: sedie, tavoli e complementi in legno massiccio

IN PILLOLE



Cavò è un marchio registrato. Tutti i prodotti vantano un deposito di brevetti internazionali, oltre che la registrazione dei modelli, a testimonianza del carattere di unicità, innovazione e novità proposti dal marchio. Cavò è commercializzato e distribuito in esclusiva in Italia e nel mondo da BBANG srl.



Cavò è un prodotto interamente made in Italy, più precisamente made in Friuli, e le aziende partner sono eccellenze del settore. I costi, fa sapere l'azienda, sono contenuti e competitivi (il prezzo al pubblico di un contenitore Cavò per 6 bottiglie, 35,8 centimetri di profondità, è di 34,47 euro iva inclusa).

CAVÒ

Azienda friulana di moduli componibili

La scatola del vino diventa oggetto di design

Regali una bottiglia e la infili in una scatola di cartone o in legno. Magari ci aggiungi un nastro, se l'occasione lo richiede. L'idea di Cavò, azienda friulana di unità modulari, è di andare oltre la tradizione, di reinventarla. Di qui l'intuizione, rilanciata con le ultime novità in occasione dell'ultima edizione di Cantine Aperte, di donare duplice funzione alle consuete scatole portabottiglie in legno, reinterpretando un contenitore originariamente utilizzato solo per il trasporto e la valorizzazione del vino contenuto. Il valore aggiunto? Il nuovo sistema Cavò, oltre a consentire il "viaggio" della bottiglia in totale sicurezza, diventa anche un modulo componibile da abbinare ad altri per creare uno spazio di conservazione ed esposizione per il vino.

L'ultima creazione del sistema modulare di arredo made in Italy ideato da Enrico Accettola in collaborazione con Nevio Capuzzo e Michele Grion è "Cavò Espositore": un modulo

pensato per le bottiglie di vino, in legno naturale, guardando in particolare alle esigenze di cantine ed enoteche, ma con l'occhio rivolto anche ai privati che vogliono creare a casa un angolo vino dai toni innovativi.

Prima necessità: mostrare l'etichetta di ogni bottiglia. «L'alloggiamento per il vino - spiega Accettola - è stato modificato con una struttura obliqua in legno che permette appunto di esporre le bottiglie contenute». Una soluzione ideale per produttori, enoteche, ristoranti e non solo, che unisce la funzionalità all'eleganza del design. Senza dimenticare che non tutte le bottiglie sono uguali. C'è ora pure Cavò magnum per le bottiglie da 1,5 litri, disponibile su richiesta e creato esclusivamente per i vignaioli. L'idea originaria è del 2011. E' allora che si concretizza l'obiettivo di trasformare il classico contenitore di legno per le bottiglie di vino in un oggetto di design trasversale, riutilizzabile e rinnovabile nel tempo, capace di creare

- proprio perché componibile - una parete attrezzata che diventa cantina, espositore, parete divisoria e tanto altro. «Sin dalla nascita - commenta Ac-

L'ultima creazione del sistema modulare di arredo è "Cavò Espositore": un modulo pensato per mostrare l'etichetta di ogni bottiglia

cettola - Cavò si propone come interprete intelligente dello spazio, perché può trasformarsi continuamente grazie ai molteplici accostamenti dei moduli, tutti riutilizzabili e personalizzabili. Le composizioni, non a caso, si orientano a 360 gradi per adattarsi ad ogni esigenza di arredo. In più, ciascun modulo può essere tolto, aggiunto, sostituito, dando vita a com-

posizioni sempre diverse e in linea con le trasformazioni del gusto, dell'arredo e dello stile di vita dell'acquirente».

Il materiale? Il legno dei moduli Cavò è multistrato di betulla e utilizza incastri brevettati, per un rispetto della natura e dell'ambiente circostante; i nuovi contenitori (librerie, cassette e basi) sono invece in ferro verniciato a polvere, molto robusti. Quanto ai colori, viene offerta la massima personalizzazione: i portabottiglie sono disponibili in rosso bordeaux, verde muschio, noce, nero, naturale, mentre quelli in ferro sono in bianco e nero. Ma Cavò può anche essere "firmato" con serigrafia, marchiatura a fuoco o incisione laser, con motivi decorativi, loghi e frasi, riproducendo elementi grafici e immagini che più rappresentano la personalità dell'acquirente. Si tratta di lavorazioni dedicate alle aziende poiché è necessaria una quantità minima di pezzi per avviare il lavoro.

Marco Ballico

A disposizione 1,4 milioni di euro per le imprese del centro storico

UDINE



EX FONDI PISUS

La città cambia volto

Il rilancio del capoluogo passa attraverso un nuovo bando: ecco tutti i criteri di merito e premialità

Francesca Gatti

Si chiama "UD-CUR: il Centro Urbano Rinasce" ed è la denominazione ufficiale del bando di finanziamento a fondo perso dedicato alla città di Udine che mette sul piatto 1,4 milioni di euro per le imprese del centro storico.

Un bando su cui l'Assessore al Commercio e al Turismo Alessandro Venanzi ha lavorato a lungo per renderlo strumento mirato ed efficace con una duplice valenza: da un lato promuovere e rilanciare le attività economiche del centro e dall'altro migliorare la vivibilità della città a vantaggio di tutti.

Assessore, quali sono i vostri obiettivi?

Mi confronto spesso con commercianti ed imprenditori

Tra i criteri di merito, l'abbellimento del paesaggio urbano determinati dall'intervento, l'arricchimento del mix merceologico, il reimpiego di spazi sfitti o inutilizzati

della città: da anni molti di loro stanno pensando di investire nelle proprie attività e c'è chi l'ha fatto in maniera autonoma sfidando il periodo di crisi. Il nostro obiettivo è dare risorse e maggior coraggio a tutti, anche a coloro che fino ad adesso non hanno potuto investire. Attraverso questi finanziamenti il



comune investe sulle persone e sulle aziende che vogliono mettersi in gioco, aumentare business e competitività sul mercato. I risultati saranno concreti, visibili e andranno a beneficio di tutta la collettività.

Chi può accedere al bando?

Piccole e medie imprese (o loro consorzi) dei settori commercio, artigianato, servizi e turismo che abbiano sede o almeno un'unità attiva nel centro di Udine.

Si parla di centro storico: non solo via Mercatovecchio e aree pedonali, giusto?

Esatto: nella prima ipotesi l'area interessata dai contributi era quella del centro commerciale naturale ma il lavoro che abbiamo fatto ha un'ottica inclusiva per cui abbiamo allargato l'area facendola coincidere con il "centro storico" definito dal piano regolatore comunale.

Da dove arrivano i fondi?

Dagli ex fondi Pisus. La Regione ha deliberato per Udine circa 3 milioni di euro che sono suddivisi in tre aree di finanziamento: a) opere pubbliche, b) marketing territoriale, valorizzazione turistica e culturale e la parte "c", quella che riguarda il bando, con finanziamenti a imprese private per

il rilancio del centro.

Parliamo dei contributi.

Per ciascun intervento e ciascun beneficiario, il contributo potrà coprire fino all'80% della spesa complessiva e potrà variare da un minimo di 20.000 euro (quindi per spesa complessiva minima pari a 25mila) fino al massimo di 100.000

IN CIFRE

Fino a 100 mila euro di finanziamento

Fondo totale Pisus: 3,075 milioni

Fondi destinati al bando per le imprese: 1,4 milioni

Copertura finanziamento: fino all'80%

Taglio minimo finanziamento: 20mila euro

Taglio massimo finanziamento: 100mila euro

Tempi presentazione domanda: entro 30-09-2015

IL COMMENTO DELLE CATEGORIE

Parere favorevole sul Pisus

"Un incentivo importante per i progetti di sviluppo"

"Il bando Pisus rappresenta un'ottima opportunità per le attività commerciali friulane - sottolinea Arianna Calca Terra, presidente dell'associazione Udineldea -. Come Udineldea abbiamo da subito condiviso con l'assessore comunale alle attività produttive e turistiche Alessandro Venanzi un tavolo tecnico per promuovere il centro commerciale naturale e il rilancio del centro storico; inoltre come associazione abbiamo immediatamente comunicato ai nostri associati i requisiti del bando e ci siamo messi a disposizione delle realtà economiche locali per convogliare e divulgare al meglio l'iniziativa".

Parere favorevole sul Pisus è stato espresso anche dalla CNA di Udine.

"Come associazione di categoria abbiamo partecipato al tavolo di lavoro promosso dall'assessore Venanzi e abbiamo presentato un documento finalizzato alla condivisione di piano di lavoro sinergico da

adottare per la buona riuscita del progetto e comprensivo delle modalità circa le agevolazioni per le attività economiche - afferma Luca Tropina, il presidente di zona per la CNA di Udine -. Nello specifico, abbiamo suggerito di allargare il bacino dei soggetti beneficiari del progetto, oltre che ai soggetti under 35 titolari o soci di startup e alle imprese femminili, a tutti gli imprenditori di startup costituite da meno di 36 mesi perché reputiamo che, specie in un momento storico come questo caratterizzato da un'enorme insicurezza nel mercato del lavoro, vadano premiate e incoraggiate tutte le iniziative neoimprenditoriali". "Confidiamo - conclude il presidente di zona per la Cna di Udine - che il bando Pisus possa dare un "scossone" positivo al mercato".

Soddisfatti del primo step raggiunto anche Confartigianato Udine. "È un incentivo importante - commenta Mauro Damiani, presidente della zona di Udine per Confarti-



giano-Imprese Udine - per i progetti di sviluppo in città dell'artigianato artistico e dei servizi alle persone e alle imprese, ma anche per l'indotto a favore dell'edilizia e dell'impiantistica. Ci auguriamo che anche le altre parti del Pisus possano essere attuate rapidamente dando una scossa positiva alla città e alle attività economiche che ogni giorno la animano". Favorevole anche la posizione di Confcommercio. "Oggi, senza dubbio, il bando Pisus rappresenta un'iniziativa positiva non solo per gli operatori del centro ma per

tutte quelle attività che vogliono reagire a questo momento, specie nei centri storici, di crisi - sottolinea Giuseppe Pavan, presidente per il mandamento di Udine di Confcommercio Imprese per l'Italia Udine -. "Il bando - continua Pavan - ha un regolamento semplice e ben articolato che prevede con chiarezza quale sarà l'iter alle domande. Per quanto riguarda la nostra associazione, abbiamo avuto subito risposta a tantissimi operatori del centro storico che molto interessati si sono recati nei nostri uffici per delineare e mettere a punto al meglio quelle che potrebbero essere le domande da presentare per l'abbellimento e lo sviluppo della propria attività. Questo rappresenta certamente un primo passo e bisognerà continuare secondo la strada intrapresa anche perché la Regione Fvg si sta dimostrando molto attenta verso i Comuni e queste iniziative e questo ci fa ben sperare per il futuro".

Giada Marangone

euro (per una spesa complessiva di 125mila).

Quali sono i criteri per l'assegnazione?

A mio avviso è la parte più importante del bando, quella che ne definisce il reale valore strategico per la città: il criterio di assegnazione è una struttura a punteggi suddivisi tra premialità e merito. Abbiamo lavorato per dare più valore ai punti che riteniamo fondamentali per la città. In primis, per quanto riguarda i criteri di merito, l'abbellimento e la riqualificazione del paesaggio urbano determinati dall'intervento, l'arricchimento del mix merceologico che premia la diversificazione dell'offerta, il reimpiego di spazi sfitti o inutilizzati (anche con formule di temporary shop), l'abbattimento delle barriere architettoniche, l'in-



Alessandro Venanzi

quelle che coinvolgeranno attivamente pensionati o over 65 non occupati e le aziende che concorderanno con i proprietari degli immobili significative riduzioni del costo d'affitto.

Arriva direttamente dalla categoria economica l'indicazione delle vie che hanno maggior bisogno di rilancio: per esempio Mercatovecchio, Riva Bartolini, San Cristoforo, Gemona, Manin, Vittorio Veneto e Poscolle.

Chi deciderà l'assegnazione dei fondi?

Sarà una commissione ad hoc formata da cinque persone: tre tecnici del comune, un tecnico della regione e due provenienti dalle categorie economiche designati dalla Camera di Commercio.

Scadenze?

La domanda di contributo va presentata entro il 30 settembre 2015 per interventi dal 1 gennaio 2016 al 31 dicembre 2017: c'è chi ha contestato tempi troppo stretti ma abbiamo garantito 1 mese in più rispetto ai 45 giorni richiesti dal regolamento garantendo fruibilità da un lato e il tempo per vagliare correttamente le domande dall'altro.

duzione di sistemi tecnologici per migliorare l'efficienza, l'informazione al pubblico, la connessione con gli eventi e gli altri servizi urbani e naturalmente la riduzione dei consumi energetici e dell'impatto ambientale.

E i criteri di premialità?

Anche questi sono importantissimi, pensati per favorire l'impiego e l'abbassamento degli affitti commerciali: saranno infatti premiate le imprese femminili e quelle composte da giovani, quelle che assumeranno a tempo indeterminato o che reinseriranno gli over 50,

L'INDAGINE

Il turnover dei bar

Il rito del caffè o del cappuccino con brioche. Stando alle rilevazioni di InfoCamere, elaborate dal Centro Studi della Camera di Commercio di Udine, i bar attivi (localizzazioni) in Friuli Venezia Giulia, al 31 marzo 2015, erano 4.484, di cui 2.229 in provincia di Udine. Rispetto ad un anno fa si registra un incremento di 16 nuovi bar, ma nel medio periodo la crescita dei bar e altri esercizi simili senza cucina è più consistente: si passa dalle 4.191 localizzazioni attive di fine 2009 alle attuali 4.484 (+293 localizzazioni, +7%).



IL TURNOVER

Una parte non trascurabile di questo comparto è soggetto alla stagionalità. «Il bar - rileva il vicepresidente

vicario e responsabile Turismo di Confcommercio Udine Carlo Dall'Ava - è da sempre un comparto imprenditoriale dinamico. Si tratta di un fenomeno che deve essere interpretato secondo una duplice chiave di lettura, ovvero in termini di vitalità imprenditoriale, ma anche di fragilità».

LE BUSSOLE

«Il consumatore italiano, a differenza di ciò che avviene in altri Paesi europei, considera la qualità, e non il prezzo, l'elemento trainante nelle scelte di consumo». E quanto si legge nel "Manuale di Business del Bar", realizzato da Fipe e Confcommercio nell'ambito della collana "Le Bussole", presentata a Udine nel ristorante La di Moret.

UDINE CITTÀ

Guardando ai dati InfoCamere del solo comune di Udine, al 31 marzo 2015 i bar (intesi come localizzazioni attive) sono 490, 56 in più rispetto alla fine del 2009 ma in leggero calo negli ultimi due anni. La spesa giornaliera? Con 40mila transazioni commerciali si può stimare in circa 160mila euro.

Amministratori scettici ma d'accordo sul fatto che i proventi andrebbero reinvestiti per accrescere l'offerta turistica. L'esempio della vicina Bibione

TURISMO



L'INCHIESTA

Tassa di soggiorno l'odiato balzello

Alessandro Cesare

Non sarà introdotta la temuta tassa di soggiorno in Friuli Venezia Giulia. Almeno per ora. La Regione l'ha prevista come norma all'interno della riforma della finanza locale, ma per essere attivata c'è bisogno di un passaggio in giunta e di un regolamento. Tanto basta per tenere tranquille le categorie, che hanno gridato allo scandalo dopo aver visto spuntare la norma 'a sorpresa' nel testo della riforma.

Un balzello che divide, con gli amministratori della montagna piuttosto scettici e quelli della costa più possibilisti. Su una cosa, però, sono tutti d'accordo: i proventi della tassa andrebbero reinvestiti per accrescere l'offerta delle località turistiche, non per mettere in sicurezza i bilanci comunali. Il modello da seguire, insomma, potrebbe essere quello di Bibione, dove i 2,3 milioni ricavati sono stati completamente spesi nel turismo.

I dubbi delle Categorie

Da Confcommercio a Federalberghi, il coro di no nei confronti della tassa di soggiorno è unanime. Preoccupa la reazione dei turisti di fronte a un nuovo balzello, soprattutto in un periodo di crisi prolungata. «Un aggravio che non avrebbe alcun senso - commenta Carlo Dall'Ava, responsabile sezione Turismo di Confcommercio Udine -. Una nuova tassa sarebbe il colpo di grazia definitivo per chi già risulta penalizzato dal confronto fiscale con le vicine Slovenia e Carinzia».

Bolzonello, per ora, la chiude qui

«In Fvg continuerà a non essere applicata la tassa di soggiorno: siamo comunque l'unica Regione in Italia a non averla istituita». Così si è espresso il vicepresidente della giunta regionale, Sergio Bolzonello, non nascondendo la propria avversione verso questo balzello. «Personalmente - è l'opinione di Bolzonello - sono contrario a una

La Regione l'ha prevista come norma all'interno della riforma della finanza locale, ma per essere attivata c'è bisogno di un passaggio in giunta e di un regolamento



tassa di soggiorno che abbia il mero scopo di "fare cassa". Sono invece aperto a ragionamenti perché questa entrata possa essere successivamente destinata alle infrastrutture. Non senza un confronto con le categorie».

I poli Promotur sono scettici

I due principali poli sciistici del Fvg, Tarvisio e Ravascletto, dicono no alla tassa di soggiorno

Il Friuli Venezia Giulia è l'unica regione a non aver ancora applicato la tassa

no. «Un'imposta di questo tipo - chiarisce il sindaco di Tarvisio, Renato Carlantoni - può

avere un senso solo se viene vincolata alla promozione e a investimenti strutturali. Se invece le risorse finiscono nelle casse dei Comuni e vanno a coprire spese straordinarie non garantite dalla Regione, allora è meglio non discuterne nemmeno. C'è molta confusione sull'argomento - chiosa - e non solo sulla destinazione delle risorse, ma anche sulla definizione di "comuni turisti"

stici' da parte della Regione».

Contrario anche il sindaco di Ravascletto, Ermete Crignis. «Personalmente sono contrario, anche perché si andrebbero a ricaricare i pacchetti offerti dagli alberghi. Per il momento non ne vedo l'esigenza, pur essendo consapevole di come questa tassa esista in molte località turistiche italiane ed estere. Eventualmente si può pensare di istituirla

in maniera temporanea per capire come reagiscono operatori e turisti».

La contrarietà di Udine

L'assessore al Turismo di Udine, Alessandro Venanzi, affida a Twitter il suo pensiero sull'imposta di soggiorno. «In relazione alla possibilità di inserire la tassa di soggiorno: Udine non ha alcuna intenzione di proporla». Ecco come precisa la sua posizione a parole: «In questa fase stiamo investendo molto sulla comunicazione e sull'incoming turistico, e francamente credo che questa nuova tassa rappresenterebbe un freno per il nostro sistema turistico. La considero un forte disincentivo per i turisti e un appesantimento per le strutture alberghiere».

L'esempio di Bibione

Chi invece è soddisfatto dalla tassa di soggiorno, è il Comune di San Michele al Tagliamento. Introducendo a Bibione un surplus che varia tra i 60 centesimi a notte per gli hotel a 1 stella fino a 1 euro a notte per gli hotel a 5 stelle, ha raccolto oltre 2 milioni di euro: risorse investite per il miglioramento del lungo mare e per la sistemazione di strade, marciapiedi e piste ciclabili.

«Per come l'abbiamo concepita, va sicuramente considerata una risorsa - afferma il sindaco Pasqualino Codognotto - anche perché il turista, con i lavori eseguiti, si accorge subito di quanto sia servito il suo piccolo sacrificio».

Una tassa diventata quasi un vanto per Bibione, che all'ingresso della località ha affisso un cartellone con l'indicazione di come sono stati spesi i soldi dell'imposta di soggiorno: 470 mila euro per il Palaeventi, 300 mila euro in promozione, 990 mila euro in piste ciclabili, 610 mila per la viabilità. «Le lamentele degli scettici - chiude il primo cittadino - sono sparite quando hanno capito che fino all'ultimo centesimo raccolto è stato utilizzato per migliorare i servizi della nostra località».

IL PUNTO DI VISTA DEGLI OPERATORI

Albergatori e commercianti: "Non vogliamo diventare gli esattori dei turisti"

Chiedono che i luoghi comuni sulla tassa di soggiorno vengano superati una volta per tutte. Gli operatori e albergatori che quotidianamente sono in contatto con i turisti non vogliono diventare i loro esattori. Perché in tempi di magra, come quelli attuali, gravare sulle tasche degli ospiti non porterà alcun vantaggio. Fronte compatto quello contro l'introduzione di questo nuovo balzello. A ritenerla una «tassa iniqua» è la presidente di Federalberghi Fvg Paola Schneider, titolare di RiglarHaus a Sauris. «Che siano i Comuni a riscuoterla - ha affermato - io non voglio fare l'esattrice per nessuno. Questa imposta colpisce alla fine solo la nostra categoria. E anche dove è stata introdotta alla fine non si sono visti tutti questi benefici, anzi. Si veda Bibione dove iniziano a vedersi tutte le crepe di questa operazione». Non tutti sono d'accordo. C'è

anche chi lo considera come un'opportunità per avviare degli investimenti. Di questo ne è convinto il presidente della Lignano Sabbiadoro Gestioni Loris Salatin che gestisce 11 uffici spiaggia a Sabbiadoro. «Vorrei chiarire che non ho nessuna simpatia particolare per la tassa di soggiorno, in un Paese stremato dalle imposte non se ne sente certo il bisogno - ha dichiarato -. Resta però il fatto che Lignano ha bisogno di investire nuovamente - e in maniera massiccia - in promozione e non solo, mancando da troppi anni sulla scena nazionale e internazionale con un'immagine propria e unica. I nostri competitor - vicini e lontani - non stanno a guardare e sfruttano tutte le possibilità offerte per non perdere la propria quota in un mercato sempre più competitivo ed esigente. Bisogna quindi che Lignano decida ciò che vuole fare nell'immediato futuro e

considerato che all'orizzonte non vi sono finanziamenti in arrivo né dal pubblico né dal privato, la tassa di soggiorno può costituire una soluzione». Fondamentale risulta stabilire la destinazione delle risorse. «Essa deve essere legata a progetti ben definiti di promozione della località - ha continuato - Anno dopo anno, Lignano potrebbe definire obiettivi a monte e autofinanziarli, colmando un gap che - inevitabilmente - non potrà che crescere. In questi mesi di fruttuosa discussione sull'argomento, è stato detto che il turista potrebbe decidere di non scegliere Lignano proprio a causa dell'introduzione della tassa di soggiorno. Personalmente non sono d'accordo, non credo che il suo importo influenzi la scelta della destinazione di vacanza. Se così fosse, tutte le altre località d'Italia e d'Europa sarebbero penalizzate, ma non è così. Ciò che rende vin-

centi è un mix di promozione fatta nei tempi e nei luoghi adatti, unita alla qualità dei servizi offerti. Concludo con l'auspicio che si continui il dialogo intrapreso sulla tassa di soggiorno con l'obiettivo di trovare con urgenza nuove risorse per il rilancio di Lignano in Italia e all'estero». Rimanendo sempre nella località balneare la Confcommercio liganese si è schierata nettamente contro. «Non ci è piaciuto assolutamente il metodo con cui ha operato la Regione - ha spiegato il presidente Enrico Guerin - e il tentativo dell'assessore Panontin di inserirla in legge senza minimamente confrontarci dopo i ripetuti tavoli avuti con l'assessore Sergio Bolzonello. Si tratta di un'imposta che penalizza ulteriormente il settore perché non sono le tasse a migliorare la gestione delle nostre città. Chi quotidianamente è in contatto con i turisti sa bene che



sarebbe penalizzante chiedere loro una tassa senza sapere bene dove finiscono le risorse. È inaccettabile colpire proprio coloro che già portano beneficio alle località pur in tempi di forse crisi per le famiglie». Stessa posizione anche in città. Quando da Lignano venne infatti lanciata la proposta di inserire la tassa di soggiorno Edoardo Marini, titolare dell'hotel Là di Moret di Udine aveva espresso la sua contrarietà. Con l'eventuale introduzione aveva infatti

sottolineato «si andrebbero a creare solo delle ulteriori difficoltà al settore alberghiero con la perdita di migliaia di posti di lavoro in Friuli Venezia Giulia oltre a essere stato dimostrato che dove è stata introdotta è aumentata l'evasione fiscale». Insomma dalla montagna al mare, passando per la città la maggior parte degli operatori è contraria. Non è tempo - e mai lo sarà - affermano - per introdurre un nuovo balzello.

Viviana Zamarian

Nasce l' "Agenzia per lo Sviluppo dei Distretti Industriali e Cluster" con un ruolo che va oltre la sedia

AREE PRODUTTIVE



RILANCIMPRESA

L'Asdi si allarga

La nuova società avrà l'obiettivo di divenire punto di riferimento del sistema casa a livello regionale

Rosalba Tello

Finisce un'epoca, nel Distretto della Sedia, con la metamorfosi dell'Asdi Sedia ridenominata in "Agenzia per lo Sviluppo dei Distretti Industriali e Cluster", che si dota di un nuovo statuto, approvato nei giorni scorsi dall'assemblea dei soci a San Giovanni al Natisone. Le recenti novità normative legate al Rilancimpresa prevedono infatti per l'Asdi Sedia un ruolo di gestione ancora più ampio, con l'obiettivo di divenire punto di riferimento del sistema casa a livello regionale. Evoluzione del Comitato di Distretto, nata con legge regionale 4/2005, comprendeva sia soci pubblici che privati ed era caratterizzata da una precisa delimitazione territoriale corrispondente al Distretto della Sedia; con l'insediarsi della nuova giunta regionale e a promulgazione della legge "Rilancimpresa", il legislatore regionale ha inteso dare un'impostazione completamente diversa all'Asdi, ribadendo la necessità che la compagine sociale fosse formata esclusivamente da soggetti privati, e che si superasse la limitazione territoriale, ragionando in termini di "cluster".

Di qui l'importanza e l'urgenza della modifica dello statuto dell'Asdi Sedia al fine di adeguarlo alle nuove normative. Un primo importante passaggio è stata la trasformazione della società da società consortile per azioni a società consortile a responsabilità limitata, al fine di semplificarne la gestione e ridurre i costi, mantenendo però il carattere "consortile" della società per non snaturarne del tutto la finalità che non è quella

di produrre utili propri. "Si è mantenuto il carattere "consortile" della società per non snaturarne del tutto la finalità, che non è quella di produrre utili propri - commenta il presidente Giusto Maurig - Questa evoluzione rappresenta un passo in avanti per l'Asdi e per l'intero territorio, perché consente nuove forme di sinergia con settori complementari al Distretto della Sedia, quali il Mobile e gli altri complementi d'arredo, per proiettarsi in modo ancora più forte sulla scena internazionale".

La novità maggiore è l'ampliamento delle proprie attività ai settori che compo-

no il comparto casa, tenendo sempre come punto di partenza la Sedia e il Legno-Arredo regionale. I soci pubblici escono dalla compagine sociale, così come richiesto dal Rilancimpresa Fvg, per dare una premialità alle aggregazioni di impresa promosse dalle Asdi; un percorso già intrapreso dagli enti pubblici soci che, con le delibere già assunte a fine 2014, hanno facilitato il percorso evolutivo della società, a beneficio dell'intero comparto.

Ulteriori elementi di rilievo sono il passaggio da Spa consortile a Srl consortile, a conferma dello spirito consortile della società e della volontà di

La compagine sociale sarà formata esclusivamente da soggetti privati. E sarà consortile a responsabilità limitata, al fine di semplificarne la gestione e ridurre i costi

un'ulteriore riduzione dei costi di struttura che ne semplifica anche la gestione. "E' finalmente avvenuta la trasformazione attesa - ribadisce il vicepresi-

dente dell'Asdi Alberto Gortani -, con l'auspicio che ora entrino altri componenti, anche da Pordenone e Gorizia affinché si formi un aggregato regionale esteso a tutto il mondo del mobile. Con la nuova Asdi si rende più agevole e penetrante la sua azione nell'internazionalizzazione delle imprese del territorio".

"Con il nuovo statuto termina sicuramente un'epoca - chiude Maurig - e vengono poste le basi affinché la nuova compagine societaria possa creare nuove condizioni positive di sviluppo e di crescita per un comparto produttivo che a livello regionale, è bene ricordarlo, ha un potenziale di oltre 1000 aziende e un valore dell'export regionale di 1 miliardo e 240 milioni di Euro. Credo che l'Asdi Sedia abbia operato negli anni economicamente più difficili dal dopoguerra; ha saputo adeguarsi ai tempi, cercando di essere una risorsa per le nostre aziende e per il territorio nel suo complesso, nonostante tutte le incertezze normative e le problematiche legate alla burocrazia".

La sede sociale è stata trasferita dal Comune di Manzano a quello di San Giovanni al Natisone, dove l'Asdi si colloca in un polo integrato comprendente il Catas e una delle sedi del Malignani di Udine. Si realizza così quanto prospettato all'interno del piano di sviluppo a suo tempo elaborato e approvato dall'Asdi, che prevedeva appunto la sinergia tra Asdi Sedia, istituti di ricerca, scuole e centri di formazione professionale. Nuovo Presidente è Franco di Fonzo, capogruppo del settore legno di Confindustria Udine.

NUOVI VERTICI

Di Fonzo
Presidente

È Franco di Fonzo, capogruppo del settore legno di Confindustria Udine, il presidente dell'Asdi - Agenzia per lo Sviluppo dei Distretti Industriali e Cluster, eletto dall'assemblea dei soci. "La mia volontà è di sviluppare una Asdi a livello regionale senza stravolgere quanto costruito dal cda precedente - dichiara il neopresidente -, valorizzando l'agenzia in funzione dei cambiamenti in atto e delle nuove esigenze che ci vedono in uno scenario internazionale". Di Fonzo, 63 anni, imprenditore nel settore arredo, in Confindustria da 20 anni e altrettanti nel consiglio di Promosedia, ha vissuto tutti i passaggi del Distretto della Sedia e dell'Asdi dimostrando sempre attenzione per il territorio e per la crescita delle sue imprese.



CONSORZIO FVG VIA DEI SAPORI

All'interno ristoratori, vignaioli e produttori

La "rete del gusto" alla conquista dell'Italia e dell'Europa

pionieri, spesso, non vengono compresi. Anzi, a volte sono pure derisi. Non è questo il caso della pattuglia dei ristoratori del Consorzio Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori che, nel "lontano" 2000, hanno messo la firma sotto l'atto costitutivo. "Via dei Sapori" si caratterizza come una rete d'impresie tra ristoranti, cantine e "artigiani del gusto" che lavorano insieme, si scambiano esperienze e, all'occorrenza, si trasformano in ambasciatori del "Made in Friuli Vg", portando nelle piazze più belle, i prodotti e i piatti regionali confezionati secondo tradizione e professionalità.

«Certamente, quando abbiamo iniziato a vederci per mettere in piedi il Consorzio eravamo consapevoli che si trattava di uno strumento utile a tutti gli operatori della ristorazione regionale - spiega Piero Zanini del ristorante "La Taverna" di Colloredo di Monte Albano, uno dei fondatori - E' diventato così un punto di riferimento per la promozione e la visibilità dell'intero territorio del Fvg sui



splendidi prodotti agricoli della tradizione. In seguito, con il passare degli anni, siamo stati capaci di coinvolgere altri operatori, rimanendo aperti e continuando a vivere e a crescere con mezzi autonomi. Il gruppo di "Via dei Sapori" è unico nel suo genere in regione - sottolinea Zanini - e raccoglie successi a ogni evento che organizza (assai partecipato quello che teniamo annualmente a Grado). Il Veneto ci accoglie sempre a braccia aperte e anche nelle altre località friulane ed estere (pure se, per motivi di costi, abbiamo dovuto restringere il nostro raggio d'azione) registriamo simpatia e interesse».

« Considero il Consorzio - aggiunge Pio Costantini dell'omonimo albergo-ristorante di Collalto di Tarcento - un ottimo veicolo promozionale per far conoscere la nostra regione attraverso un'intelligente operazione di marketing che, comunque, va oltre il marketing stesso. Infatti, noi ristoratori siamo i primi promotori e consumatori dei prodotti degli "artigiani del gusto" che, poi, portiamo nelle manifestazioni che organizziamo in Friuli Vg, in Italia e in qualche località europea. Una formula collaudata e che funziona. Al pubblico che partecipa ai nostri eventi piacciono certo le location che scegliamo di volta in volta (prestigiose ed eleganti), ma anche i contenuti (la qualità è sempre un elemento necessario) e il fatto che lavoriamo e ci proponiamo come una squadra di professionisti. E, per mantenere alta la peculiarità della nostra proposta, non ci dimentichiamo mai di innovare e di formarci», chiude Costantini.

Cinque anni fa, a far parte

della squadra di "Via dei Sapori", nella categoria "artigiani del gusto", è entrato anche il salumificio Denteseano di Percoto.

«Siamo partiti da alcune collaborazioni che avevamo con l'attuale presidente del Consorzio, Walter Filiputti, e con alcune aziende che facevano già parte del gruppo iniziale - spiega Paolo Denteseano, responsabile marketing della Spa - L'idea ci piaceva molto e, anche adesso, la consideriamo eccezionale. "Via dei Sapori" è una carovana fantastica, che funziona e fa bene certamente alle imprese che vi partecipano, ma pure all'intero sistema agroalimentare regionale. Per noi è bello raccontarsi a chi interviene ai nostri eventi e, a chi ci incontra, piace il nostro "mostrare la faccia": io sono quello che fa il cotto in crosta e il salame punta di coltello e lo spiego in diretta. Questa collaborazione efficace, fra tanti operatori, coinvolge le persone e ci regala moltissime soddisfazioni», conclude Denteseano.

Adriano Del Fabro

64 GLI ADERENTI



La pattuglia dei pionieri del Consorzio

Un polo di eccellenza agroalimentare

Il Consorzio Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori, nasce a Udine il 21 settembre del 2000 grazie all'intuizione di 20 ristoratori regionali, uniti dai medesimi obiettivi. Un progetto innovativo, per l'epoca che guardava sì all'incremento della singola visibilità aziendale, ma assolutamente organico al territorio. Il luogo fisico di riferimento attorno al quale si è poi sviluppato ulteriormente il progetto. Un luogo preciso, ben identificato, importante poiché la qualità di un ristorante è data sì dalla sua proposta culinaria, dallo charme del locale, dall'accoglienza, ma serve altro. La bellezza del paesaggio e la ricchezza dell'offerta produttiva, a esempio. Fu così, da questa consapevolezza, che al nucleo originale dei 20 ristoratori (guidato da Walter Filiputti) si sono avvicinati 21 vignaioli e 23 "artigiani del gusto" creando, di fatto, uno dei più significativi poli delle eccellenze agroalimentari del Fvg. Una squadra di ambasciatori del "Made in Friuli Vg" che, in questi anni, ha lasciato tracce importanti nella promozione regionale (www.friuliviadeisapori.it)

Un punto di riferimento esclusivo nel settore moda e dell'arredo

STORIE DI IMPRENDITORI



IL GIOVANE IMPRENDITORE ANDREA CUMINI

Design innovativo

Attenzione alle marche, ai punti vendita e ai clienti: così nasce un brand di successo

Mara Bon

Una forte strategia innovativa caratterizza il brand Cumini, storica azienda leader nel settore moda e design. Attenzione alla marca, ai punti vendita e ai clienti, con un approccio coerente, personalizzato e in evoluzione continua.

A sostenere questa visione d'avanguardia è oggi Andrea Cumini, responsabile marketing del Gruppo Cumini (www.cumini.it).

Il giovane imprenditore, classe 1975, sottolinea l'importanza del metodo. "È fondamentale - ha spiegato - avere un obiettivo. E avere una strategia per realizzarlo. Non bisogna mettere il successo prima di tutto, ma bisogna lavorare sodo per raggiungerlo. La strategia è fondamentale. Non ci si deve mai arrendere".

Andrea ha fatto il suo ingresso nell'azienda di famiglia una quindicina di anni fa. È stata una scelta naturale, dato che fin da piccolo correva nei magazzini. Dopo gli studi, il diploma al liceo scientifico e la laurea alla Cattolica, ha seguito dei master di specializzazione, necessari per acquisire competenze tecniche di alto livello. Dopo aver maturato alcune esperienze, entra nell'impresa, affiancando i genitori.

Come in tutti i passaggi generazionali, con vantaggi e svantaggi.

"Ho avuto il vantaggio - precisa - di inserirmi in una storica realtà già esistente sul mercato da tanti anni". Anche se l'inserimento è avvenuto in modo spontaneo, non è mancata qualche naturale criticità collegata al passaggio generazionale, come la più limi-



L'ultimo negozio targato Cumini inaugurato a Udine a settembre 2014



LA STORIA

L'intuizione di nonno Mario negli anni '50

La storia del gruppo Cumini inizia negli anni Cinquanta grazie a Mario e alla sua passione e sensibilità verso tessuti e arredamento, capostipite di imprenditori di successo, contraddistinti dal grandioso senso estetico.

Fashion, arredo d'alta qualità e design caratterizzano da allora il brand Cumini. Stili unici, personali, in grado di anticipare le tendenze, dall'abbigliamento all'oggettistica di casa. La filosofia del marchio Cumini abbraccia il total living dai mobili ai complementi, dall'artigianato al tessile e alla moda.

La storica azienda è stata riconosciuta infatti come trendsetter nell'interior design e nel mondo accessori e couture. Negli anni ha inoltre conquistato premi, riconoscimenti e prestigiose partnership con riviste di settore.

È cresciuta in prestigio e in punti vendita, oltre agli storici Cumini Confezioni e Cumini Casa. L'offerta spazia quindi da Gemona del Friuli, con un vero e proprio centro di eccellenza del glamour, fucina di eventi di design, mostre e allestimenti su 10 mila mq, agli store minimalisti ed eleganti nel cuore di Udine, all'Emporio, una casa-negozio, un ambiente trasversale per tutti gli habitat della casa, in cui convergono tanti prodotti ed espressioni di mondi diversi.

tata capacità di agire a livello iniziale.

"All'inizio - dice - non è stato facile riuscire a trasferire l'innovazione di un giovane in una storica azienda, con una tradizione consolidata". Tut-

tavia, ben presto Andrea si è conquistato il suo spazio e ha portato il suo entusiasmo e competenza, in particolare costruendo un ramo d'azienda dedicato proprio all'estero. "Non ti viene regalato nulla -

commenta - occorre lavorare tanto. Ma c'è una continua fonte di crescita. Anche di discussione, ma in modo positivo". Nel 2014 quasi la metà dell'export aziendale è rivolta proprio ai mercati esteri.

"L'impresa ha una visione globale - spiega - senza trascurare il locale".

- Quali sono altri punti di forza dell'azienda?

"L'etica del marchio - ha evidenziato Andrea - viene prima di tutto. Proponiamo la massima coerenza del nostro brand ai settori del life-style. Inoltre, l'azienda sa esprimere un forte carattere innovativo ed è in continua evoluzione, con un rinnovamento merceologico costante".

Ricordiamo che Cumini è ormai da anni un punto di riferimento esclusivo nel settore moda, arredo, design di lusso. È un'azienda commerciale che ha raggiunto una forte identità in tema di stile, moda, interior, arredo ed esclusività. È un brand collegato ad eleganza e stile, presente in negozi altamente selezionati a livello internazionale, oltre ad avere propri punti vendita nella nostra regione. In particolare, tra Gemona del Friuli e Udine si trovano Cumini Moda, Cumini City, Cumini City Accessories e Cumini Man per l'abbigliamento maschile, Cumini Casa, Cumini Storie e Cumini Emporio. Il marchio nasce dalla creatività di Mario Cumini, il nonno di Andrea, che ha sviluppato negli anni l'azienda guidata poi dai genitori di Andrea.

Attraverso nuovi canali comunicativi, eventi e iniziative, l'azienda si rivolge in modo personalizzato alla clientela, dalla spiccata sensibilità all'estetica e alla ricerca del bello. Per comunicare la creatività, la qualità e il valore dei prodotti firmati Cumini.

Oltre al ruolo in azienda, Andrea ha anche dei compiti istituzionali, come consigliere in Camera di Commercio a Udine.

ETICA & ECONOMIA

Etico è competere per il domani

Dai analisi e ricette sulla crisi economica ne abbiamo sentite tante, qualcuna più interessante e azzeccata qualche altra decisamente strampalata. Fondamentale sarà la crescita delle capacità individuali da porre al servizio degli altri. E se da una parte è fondamentale proseguire a produrre e lavorare dall'altra s'impone come improcrastinabile la massima attenzione alla qualità dello sviluppo. Insomma dovremo iniziare a pensare che la qualità della vita possa essere determinata anche da una riduzione dei ritmi di produzione e consumo con una precisa "vision" del futuro secondo valori cardini che puntino a un'evoluzione del territorio friulano. Gioverà ricordarci che l'export friulano nel 2015 si è ricollocato con i dati sopra la media del Nordest italiano. Il nostro agro alimentare va bene negli States, in Gran Bretagna e in Arabia mentre il manzanese è ritornato ad andare in America. Bisognava fare sinergia in un unico cluster della casa che riunisse mobile e sedia per rilanciare questo settore, ci abbiamo messo un po', ora si inizia a vedere che quella di unirsi era un'ottima intuizione.

Molti altri i settori nei quali possiamo competere positivamente per il domani, consci che non c'è nulla di più etico della sana e leale competizione, sono: marittimo, biotech, biomed, metalmeccanica, componentistica, termoelettromeccanica, senza scordare cultura e turismo.

Al sistema bancario si richiede di fare la sua parte finanziando "start up" e le innovazioni nei processi produttivi mentre a scuola e Università (ottimo l'evento "Conoscenza in festa") di adeguare i processi formativi alle esigenze del territorio. La politica sappia gestire, da Bruxelles, Roma sino a Udine, il fenomeno mondiale dell'immigrazione, ma anche quello dell'invecchiamento della popolazione europea.

L'ultima sfida è quella dei manager i quali devono proporsi e proporre percorsi innovativi per nuovi progetti competitivi cercando magari per una volta di non preoccuparsi che il collega sia meno, ma di dare tutto per superarlo, competendo e riconoscendo i valori propri e altrui.

Daniele Damele

L'IMPREDITRICE STRANIERA MAGDA NOGUEIRA

Tempio del gusto brasiliano

Volcanica e positiva "per natura", come sta scritto nel cuore e nella storia del suo amatissimo paese d'origine, il Brasile. "Siamo fatti così, se qualcuno ci chiede come va, rispondiamo sempre: benissimo", esordisce Magda Nogueira, titolare e "anima" del laboratorio artigianale, pasticceria e negozio di gastronomia brasiliana verace "Altri sapori, doces do Brasil", con sede in via Mentana 15, a Udine (tel. 0432 231074).

È stata lei ad aprire l'attività nel maggio del 2005. "All'inizio è cominciato tutto quasi per caso", racconta Magda. "Ho trovato un volantino dell'iniziativa 'Imprenderò' della Camera di commercio - spiega - e ho deciso di provarci, inventando un progetto nuovo e presentandolo". L'idea, evidentemente, era buona, "visto che il progetto è stato approvato - continua la titolare -, poiché ritenuto originale e innovativo". Fondamentale è stato l'apporto della Cciaa di Udine e dei contributi ricevuti nel contesto dei fondi a sostegno dell'imprenditoria femminile. "Anche la consulenza della Camera - sottolinea - ha avuto una notevole importanza". Di amore per il

mestiere, Magda ne ha da vendere. "Ho appreso l'arte della pasticceria da mia madre - afferma -, perché in Brasile avevamo una fabbrica di dolci". È stata mamma Juventina a darle una grossa mano quando ha aperto l'attività a Udine, insieme alla sorella, che pure abita in Friuli e che la aiuta nei piccoli di attività.

Sposata con il friulano Roberto Rizzi dal febbraio 1999, e madre di Maria Sofia, 16 an-

ni a settembre, Magda è cittadina italiana, ma resta molto legata al suo Paese dal punto di vista sentimentale. Nata a Belo Horizonte, metropoli e capitale dello Stato del Minas Gerais, arriva in Friuli per la prima volta nell'aprile 1991, per motivi turistici. Si ambienta subito, fa conoscenza con la famiglia Brunetti, che ha vissuto un'esperienza di volontariato proprio in Brasile. "Sono davvero molto riconoscente ver-

so queste bravissime persone, che oggi considero i miei 'genitori friulani'. Grazie a loro, Magda nel 1992 trova lavoro come assistente (per quattro anni e mezzo) di un'anziana signora. "Ne è nato un vero rapporto di amicizia - racconta -, sia con lei, sia con tutta la sua famiglia". Alla morte della signora, lei rientra in Brasile, ma dopo qualche tempo ritorna, e trova lavoro nella cooperativa "Dinsi une man", per l'assistenza alle persone disabili.

In Friuli, l'imprenditrice ha incontrato un'ottima accoglienza. "C'è un buon feeling nei confronti dei brasiliani: siamo diversi, ma non troppo distanti come mentalità". L'unica grossa differenza, a dire il vero, Magda la ritrova nello "spirito ottimistico" che fa parte del dna del Brasile e un po' meno di quello dei friulani. "Che sono più chiusi di noi come carattere - ammette -, ma poi quando ti vogliono bene, questo è per sempre".

"Altri sapori" è un'attività sana, che viaggia a gonfie vele. Nel negozio-laboratorio di via Mentana, ce n'è davvero per soddisfare per tutti i palati, a cominciare da torte e dolci: i golosi tartufi ai gusti cioccola-



to, maracuja, passion fruit, noci, caffè, cocco e persino caipirinha. Su tutto trionfa il "re" dei dolci brasiliani, il "Brigadeiro", dall'esterno leggermente croccante e un cuore morbido, a base di cacao. Qui si trova anche la polpa di frutta esotica, che arriva direttamente dal Brasile, così come alcuni freschissimi succhi. Per chi ama il salato, ci sono gli snack alla manioca, ma soprattutto i fagottini di pollo e il tipico "pane di formaggio", pagnotte ripiene da cucinare al forno. Tutti questi sapori sono molto apprezzati specialmente dagli italiani (70% della clientela), anche se non mancano i sudamericani e i brasiliani, "tra i quali, qualche calciatore dell'Udinese", rivela la titolare. In agosto, Magda chiude per la "vacanza brasiliana" che si concede ogni due anni. A tutti dà appuntamento alla riapertura di settembre. "Tornerò con nuove idee e sorprendenti ricette", promette.

Alberto Rochira



Il boom delle lezioni individuali "one to one", sempre molto richieste soprattutto da professionisti

STORIE DI IMPRENDITORI



L'IMPREDITRICE ROSSELLA MAINARDIS

L'importanza delle lingue

Emigrata in Sudafrica è tornata in Friuli e oggi insegna l'inglese con corsi privati e per aziende

Raffaella Mestroni

Where is the cat? The cat is on the table. Un refrain fino a pochi anni fa utilizzato ironicamente quando l'argomento della chiacchierata era il livello di conoscenza dell'inglese da parte degli italiani. Presapochisti e un po' sbruffoni, convinti che l'italica gestualità e un sorriso a trentadue denti potessero sostituire la conoscenza - almeno di base - delle lingue, gli abitanti del Belpaese oggi sono diventati molto più abili nell'eloquio in idiomi diversi dal proprio. Il luogo comune è duro a morire, eppure le cose sono davvero cambiate e la conferma viene da una persona autorevole, visto che insegna inglese da una vita. "Oggi posso dire che la maggior parte degli italiani "se la cava" - afferma sorridendo Rossella Mainardis - molti dispongono di un buon livello di conoscenza e un discreto numero si è anche specializzato in diversi settori dove è richiesto l'inglese tecnico". Fra l'inglese di Shakespeare e quello di Mr Bean c'è una via di mezzo, insomma, ed è proprio in questa fascia che si colloca la maggior parte degli italiani. Migliorare ancora è indispensabile, certo, ma il processo è ormai avviato. Rossella insegna inglese e vive il suo lavoro come una vera e propria missione, perché ama - allo stesso modo - i suoi due Paesi: l'Italia e il Sud Africa. E' nata a Udine Rossella, ma do-

po pochi mesi i suoi genitori si sono trasferiti prima in Somalia e poi in Sud Africa dove è cresciuta e ha studiato. Il suo sogno era di fare l'interprete, ma la vita, come spesso accade ha deciso per lei diversamente orientandola verso l'insegnamento, una professione più congeniale quando c'è una famiglia. Rientrata in Italia ha però scoperto che la sua laurea, riconosciuta e addirittura super valutata nella maggior parte dei Paesi europei, qui non lo era, quindi niente concorsi pubblici.

Determinata e abituata a cavarsela sempre e comunque ha intrapreso una serie di collaborazioni con scuole private, affiancando lezioni individuali, traduzioni e corsi per aziende. E proprio quest'ultimo ambito è diventato, negli anni, preva-

"E' più facile insegnare agli adulti che ai bambini a causa dell'iperprotettivismo dei genitori"

lente e fonte di grandi soddisfazioni. "Insegnare agli adulti - precisa Rossella sfatando un altro dei luoghi comuni duri a morire - è più facile che non insegnare ai bambini. Con chi lavora, o è a uno stadio avanzato del percorso di studi, si può trovare sempre un "aggancio" pratico che permette



di lavorare sul concreto. Con i bimbi, invece, l'insegnante deve modificare continuamente i moduli delle lezioni, mantenere viva la sua attenzione anche quando vorrebbe solo giocare, trovare in continuazione nuovi stimoli che lo interessino". E poi, quando si tratta di interagire con i bambini, c'è sempre una variabile da non sottovalutare: i genitori! "Molti di loro pensano, perché c'è stato un periodo in cui questa teoria andava per la maggiore, che l'inglese si impari giocando. Ma non è affatto vero. Ossia, una parte ludica ci può stare, le famose canzoncine, ma come per tutte le cose imparare significa impegnarsi, certo a livelli diversi e con modalità diverse a seconda dell'età, ma sempre di impegno si tratta". Le ingerenze dei genitori, iperprotettivi nei confronti dei figli e convinti di sapere sempre "come" una cosa che riguarda

il loro rampollo va fatta, si fanno sentire quasi sempre e non è facile gestirle. Uno dei progetti di cui Rossella va molto fiera è anche uno dei pochissimi che riguardano la scuola pubblica.

Anni fa ha partecipato - e vinto - un bando per un corso triennale di inglese in una scuola media della bassa friulana. Dopo pochi mesi dall'avvio del progetto che coinvolgeva tutte le classi dalla prima alla terza, un agguerrito gruppo di mamme si è rivolto al preside, protestando per il metodo utilizzato, ritenuto troppo rigoroso e poco ludico. "Le ho affrontate - racconta ridendo - sono scesa nell'arena e, dopo aver spiegato che senza un minimo di sacrificio non si impara nulla, ho chiesto loro se - realisticamente - pensa-

Il suo sogno era di fare l'interprete, ma la vita ha deciso per lei diversamente orientandola verso l'insegnamento

vano che un ragazzo, all'estero, potesse sopravvivere cantando "Jingle Bells" o "Humpty Dumpty". Non è stato facile ma alla fine hanno capito". Questa idea, tipicamente italiana, che imparare debba per forza far rima con giocare, che lo stu-



dio non sia una fatica, che pretendere risultati sia infierire, secondo Rossella è una delle criticità più pericolose del sistema scolastico. Tutta un'altra cosa insegnare agli adulti. Ribadisce che i corsi in azienda sono i suoi preferiti. Rossella, che durante la sua carriera si è trovata di fronte anche classi di cinesi o thailandesi "la cui costanza è ammirevole - sottolinea - non si fermano davanti a nulla, nonostante facciano una fatica terribile a pronunciare correttamente le parole, visto che alcuni suoni, nella loro lingua, proprio non esistono".

Nel suo carnet c'è posto anche per le lezioni individuali "one to one", sempre molto richieste "soprattutto da professionisti che hanno la necessità

di migliorare la fluidità della conversazione o che devono affinare la conoscenza di ambiti specifici". Per essere sempre all'altezza però, anche l'insegnante studia. Ebbene sì, nonostante tanti anni di esperienza e un livello di didattica elevato e diversificato, Rossella si aggiorna regolarmente "perché - ricorda - insegnare è imparare". In Irlanda, terra che ama e dove si sente "come a casa", ogni due anni circa partecipa a specifici corsi per insegnanti. Nel poco tempo libero si dedica a una passione che ha scoperto di recente ma che l'ha travolta: la moto. "Come passeggera però" - precisa. Macina chilometri come se niente fosse e si diverte. Prossima meta? Il Sud Africa, in moto of course.

NORMA PIELLI

Addio all'inventrice del tiramisù

Un fatto è certo: il tiramisù è il dolce italiano da ristorante più conosciuto al mondo. Un vero marchio del Made in Italy. O del Made in Friuli? Poco tempo fa è mancata una delle probabili autrici: Norma Pielli Del Fabbro, alla quale, da più parti, se ne attribuisce l'invenzione. Avrebbe compiuto 98 anni il 1 agosto 2015. Lo scenario è il ristorante "Roma" di Tolmezzo, che ha ospitato veri e propri maestri della nostra cucina regionale. Prima i coniugi Del Fabbro - Beppino e sua moglie Norma, che gestirono l'albergo-ristorante dal 1947 al '69 -, poi la famiglia Cosetti, che ebbe in Gianni il primo innovatore moderno della nostra cucina di territorio. Così Mario ricorda mamma Norma: «All'inizio degli anni '50 faceva un dolce chiamato "trancio al mascarpone", inserito nel menù del ristorante, ottenuto dalla modifica del dolce Torino che utilizzava tuorli d'uovo, zucchero, burro, cioccolato fondente, latte e savoiardi inzuppati nell'alchermes o nel marsala». Norma variò gli ingredienti con quelli dell'attuale tiramisù e fece assaggiare il dolce ai suoi clienti. «Mio padre - continua Mario - lo provò assieme ad amici. Tutti concordarono che si trattava di un dolce che tirava su: da qui il nome». Era il 1954. Mario stesso, impegnato nella raccolta delle testimonianze del lavoro della madre, è intervenuto per il Guinness di Gemona per il Tiramisù più grande del mondo (oltre 3 tonnellate), chiedendo alla presidente del Fvg Debora Serracchiani di adoperarsi per ottenere la certificazione europea di Specialità territoriale garantita per Carnia e Friuli. Per la cronaca, il Friuli vanta ancora un pretendente all'invenzione del Tiramisù che farebbe risalire la sua creazione agli anni '40 un celebre ristorante del tempo, "Il Vetturino" di Pieris. Anche qui pare sia in uscita un libretto con tanto di testimonianze. Nella dolce disfida è sceso in campo il Veneto. Giuseppe Maffioli, nella rivista "Vin Veneto", scrive un pezzo nel 1981 dove fa risalire la preparazione di questo dolce alla fine degli anni '60, opera del pasticciere Roberto "Loly" Linguanotto, che l'avrebbe messo a punto al ristorante "Alle Beccherie" di Treviso col nome veneto "Tiramesù". Sempre per rispettare i vari attori che l'hanno reso celebre, va detto che fu Alfredo Beltrame, col suo splendido ristorante "El Toulà" a renderlo celebre in tutto il mondo. Nella versione classica (poi sono fiorite numerosissime varianti) gli ingredienti sono: biscotti savoiardi, tuorli d'uovo, zucchero, caffè, mascarpone e cacao in polvere.

Walter Filiputti



EDITORIA

"Foresta di Tarvisio"

Patrimonio di uomini e di boschi

Raimondo Domenig, giornalista e storico, da anni dedica i suoi studi e i suoi saggi al territorio dov'è nato e dove vive. Il volume "Foresta di Tarvisio. Patrimonio culturale e naturale 1007 - 2013. Dieci secoli di storia di uomini e boschi", Aviani & Aviani editori, ripercorre un viaggio a ritroso alla ricerca delle origini di boschi ed insediamenti umani. Un articolato panorama di vicende succedutesi per ben 10 secoli - annota Cesare Patrone, capo del Corpo Forestale dello Stato - in vallate che oggi sono meta di vacanze ed escursioni.

L'autore inizia parlando del Patriarcato di Aquileia, del Ducato di Carinzia, del Vescovado di Bamberga e dell'impero della Carinzia e della Valcanale. La Valcanale con le sue entrate dogali, gli eventi naturali e bellici, la presenza luterana, la parentesi napoleonica, il 1848 e le conseguenze, la prima guerra mondiale, l'amministrazione italiana e i temi attuali. Una visione di uno specifico territorio considerato nella sua globalità e particolarità. Il ruolo della foresta di Tarvisio è al centro del volume perché si parla degli insediamenti stabili nel fondovalle, dell'utilizzo del bosco, del bosco come risorsa per

le miniere. Sono affrontate poi le dispute per i confini, le concessioni delle malghe e tutte le altre concessioni legate alla foresta.

La storia dell'utilizzo boschivo - specifica Domenig nell'introduzione al volume - iniziò nel lontano periodo altomedioevale. Il bosco, i pascoli e le altre utenze minori erano fondamentali per la sopravvivenza delle comunità agricole insediate in valle. In passato gli scopi primari erano l'utilizzo del legname da opera, da carbone, da fuoco e del legname mercantile. Più tardi, trattati internazionali e normative italiane, furono le solide basi per una considerazione moderna della foresta, con il razionale sfrut-

tamento boschivo e il giusto ricavo economico.

Il libro è corredato di un impianto iconografico di tutto rispetto perché sono riportate stampe antiche, documenti, disegni e fotografie, come quella della fluitazione del legname sul torrente Degano a Villa Santina, testimoniando il passato. Ma ci sono anche immagini che mostrano le visite della Forestale per la scelta delle piante da abbattere per il mantenimento della salute della foresta. Inoltre ci sono delle tabelle indicanti la presenza degli animali, dai camosci alle volpi, dai caprioli alle lepri, e diagrammi riguardanti i bilanci forestali di gestione dal 1610 al 2005. Interessante pure la to-



ponomastica della zona perché salvare antichi nomi è un po' come salvare la storia.

Il volume di Domenig comprende anche i profili di Amerigo Hofmann, Renato Amati, Alberto Hofmann che hanno avuto responsabilità importanti per l'ambiente forestale. Si conclude con il capitolo dedicato alla foresta nelle tradizioni e nelle leggende locali. Per esempio i rami intrecciati dell'abete rosso diventavano, nei giorni della festa, festoni e ghirlande per gli archi trionfali, per i carri allegorici e per le piste da ballo; i rametti di ginepro, nella domenica delle Palme, servivano a cacciare i demoni; con il licopodio si decorava l'angolo sacro della casa e si realizzavano cuscini per le persone anziane.

Un libro che svela i segreti della foresta. Lo fa in maniera convincente, accattivante e documentata. La foresta di Tarvisio non ha più segreti.

Silvano Bertossi



Bilancio positivo per l'evento che ora si candida a diventare un modello sui percorsi formativi di eccellenza della scuola

UNIVERSITÀ



CONOSCENZA IN FESTA

L'osservatorio del sapere

FONDAZIONE CRUP

"Un evento di portata nazionale"

"Siamo consapevoli del ruolo fondamentale della conoscenza nei processi di innovazione - ha affermato **Lionello D'Agostini**, presidente della Fondazione Crup - e per questo abbiamo voluto affiancare l'Università in questo evento che porta nel cuore del Friuli personalità riconosciute per parlare di trasferimento del sapere come sviluppo economico e sociale. Al centro ci sono l'Università di Udine e la Fondazione Crup, che sono sostenute e supportate dalla Conferenza dei rettori delle università italiane (Crui) e dall'Associazione di Fondazioni e Casse di Risparmio (Acri), ossia da un sistema più ampio che dà una valenza nazionale all'evento."



Marco Ballico

«Non c'è dubbio: "Conoscenza in festa" diventerà un appuntamento fisso. Con ospiti sempre di alto livello e nella nostra città». Alberto Felice De Toni, rettore dell'università di Udine, ha appena archiviato la prima edizione della tre giorni di confronto, dibattito e laboratori sul valore del sapere da trasferire all'economia e al sociale, ma è già pronto a ripartire. Convinto che l'operazione possa essere un modello e creare non solo opinione, ma anche fatti concreti per lo sviluppo socio-economico.

In archivio, «con grande soddisfazione» sottolinea De Toni, un appuntamento battezzato come il G20 dei rettori, venti "Magnifici" delle principali università italiane a dialogare con filosofi, studiosi, giornalisti, politici e manager dell'imprenditoria culturale. Presenze di particolare rilevanza, tra le altre, quelle del presidente di Unioncamere Ivan Lo Bello, del commissario dell'Istituto superiore di Sanità Walter Ricciardi, del filosofo Mauro Ceruti, del genetista Edoardo Boncinelli, del teologo Vito Mancuso.

Rettore, una formula azzeccata?

È andata senz'altro molto bene. Un grande successo di pubblico, merito in primis di relatori così significativi. Siamo stati innanzitutto molto lusingati per la conferma di tante figure importanti. Abbiamo debuttato quest'anno con un tema alto come quello del trasferimento del sapere,

ma ci candidiamo a diventare un osservatorio privilegiato e permanente sui nuovi percorsi formativi di eccellenza della scuola, dell'università e dell'impresa.

Come sintetizzerebbe la tre giorni?

In chiusura della festa ho detto che abbiamo piantato un seme, per mettere la conoscenza al centro dell'agenda del Paese. Speriamo ne nasca una grande pianta. È stata una manifestazione che ha saputo coniugare la città con l'università. Attraverso un format che ci ha consentito di fare uscire le eccellenze del nostro ateneo oltre le sue mura.

Ne ha parlato nell'intervento introduttivo in piazza San Giacomo. Che cos'è davvero la conoscenza?

Energia, risorsa ribelle. Ma anche tolleranza. Un niente e

Un appuntamento battezzato come il G20 dei rettori, venti "Magnifici" delle principali università italiane

un tutto al tempo stesso perché solo se rotola e produce energia diventa valore.

C'era anche un obiettivo da raggiungere.

Produrre un documento da consegnare alla politica e alla società dal titolo "Dire, Fare e Cambiare: proposte per l'uni-



versità e il Paese". Una Carta del sapere da affidare alla governance in cui si sottolinea l'urgenza di mettere in atto un piano nazionale ed europeo relativamente alla necessità di rendere obbligatoria la divulgazione scientifica della ricerca, per favorire il miglior trasferimento delle conoscenze raggiunte. Ma anche l'opportunità di creare un centro studi tra ricerca universitaria e società per fornire alle aziende soluzioni di sviluppo competitivo e innovazione tecnologica; la necessità di identificare le nuove professioni che saranno indispensabili nel medio e lungo periodo per rispondere alla domanda dei mercati e intercettare studenti e docenti stranieri; l'esigenza di crea-

re un modello d'ingresso per gli studenti figli di immigrati e affrontare la curva piatta degli ingressi per il decremento delle natalità.

Quali sono i passaggi per concretizzare questo messaggio?

Dopo un incontro con Stefano Paleari, presidente della Conferenza dei rettori delle università italiane, verrà formalizzato l'output degli incontri di inizio luglio.

In che modo?

Partiremo dagli incontri in cui è stato presentato il rapporto della Crui sulle relazioni con le imprese. Partendo da lì, rivolgeremo le nostre proposte agli attori della politica. Così come su altri temi: università e città, università e sa-

cienza, università e divulgazione scientifica. Momenti di formulazione delle politiche che il sistema universitario vuole darsi nel contesto della società. Non dimentico l'importanza che ha avuto il convegno finale, quello con Paleari e la presidente Serracchiani, in cui si è discusso di politiche universitarie e di politiche per la ricerca e lo sviluppo economico, oltre che di rapporto tra sistema delle imprese e sistema dell'educazione. Un bilancio sicuramente convincente.

Si continua?

Certamente sì. La mia ambizione è di farlo diventare un appuntamento fisso, la Cernobbio dell'università italiana collocata a Udine in via definitiva.

IL PRESIDENTE DI UNIONCAMERE IVAN LO BELLO

Conoscenza, risorsa produttiva

«L'economia della conoscenza? Necessaria, non solo possibile. Quello che dobbiamo fare è avvicinarci alla comprensione delle proprietà che caratterizzano la conoscenza come risorsa produttiva». La riflessione di Ivan Lo Bello arriva a "Conoscenza in festa" nel corso del dibattito in apertura dei lavori.

«Le punte più avanzate sanno bene che sui temi della conoscenza si costruisce il Paese - afferma Lo Bello -, che l'education è centrale nelle famiglie e nei giovani; ciò non toglie che siamo in ritardo sotto questo profilo: occorre mettere in campo una più vasta capacità di innovazione». Un ritardo penalizzante tanto più oggi che la competizione globale, anche in questo settore, è formidabile. «La presenza competitiva dell'Italia - prosegue il presidente - dipenderà dal tasso di innovazione del sistema educativo. Per questo, a mio parere, è opportuno che le Università abbiamo una maggiore autonomia. Un'autonomia non arbitraria, fatta di valutazioni e controlli, ma determinante per modificare tempestivamente corsi e percorsi didattici. Quando cambia anche solo un paradigma, è infatti necessario mettere in campo grande capacità di flessibilità e non possiamo



certo attendere che la spinta venga dal centro».

Come si concretizza l'economia della conoscenza in un tessuto imprenditoriale fatto quasi solo di piccole e medie imprese? «Il ritardo con cui ci siamo mossi non ci impedisce di contare su realtà di rilievo, soprattutto nella cultura digitale. L'attività in corso è già significativa. La sfida è però quella di far capire a più imprese, e alla pubblica amministrazione, che proprio il digitale è il tema vero dell'innovazione del Paese. Va pensato come una grande infrastruttura su cui non si cammina più come sul cemento armato, ma su una digitalizzazione immateriale. Non penso

solo ai vantaggi di semplificazione dei processi, ma pure alla trasparenza: nel rapporto tra imprese e Pa un'infrastruttura digitale cancella ogni ipotesi di fenomeno corruttivo».

Sollecitazioni emerse anche nel convegno "Il ruolo della formazione e della ricerca per lo sviluppo del Paese" moderato dal delegato alla ricerca dell'Ateneo friulano Roberto Pinton. Il rettore della Luiss Egidi ha rilevato il disallineamento tra i settori: «Forniamo al mercato del lavoro pochi ingegneri e troppi psicologi». Un nodo che si ingigantisce in ottica internazionale: «Se le professioni non vengono assorbite dal mercato domestico, i giovani cercano opportunità all'estero. E, spesso, non tornano indietro». Il direttore della Normale Beltram ha quindi aggiunto che «la scuola trasmette poca cultura scientifica. Un problema non solo italiano, ma che da noi appare più grave perché la cultura umanistica viene ritenuta più nobile e interessante». Da parte del rettore di Trento Collini, infine, la sottolineatura sulla "nuova didattica": «Dobbiamo portare gli studenti a essere meno soggetti passivi di un processo di apprendimento e consegnare loro, in primis, il metodo della ricerca».

m.b.

L'INTERVENTO DI RICCARDO ILLY

"Il combustibile dell'innovazione"

«Dal 2008, per ragioni politiche e soprattutto a causa della lunga e profonda recessione, c'è stata una battuta d'arresto; solo in tempi più recenti i due freni sono stati allentati e il cammino verso l'economia della conoscenza è ripreso più spedito. Ormai è evidente che chi non innova muore e la conoscenza è il combustibile dell'innovazione». Riccardo Illy è stato uno dei precursori in regione dell'opportunità di coltivare l'economia della conoscenza. Il suo parere è quello di un'autorità.

Perché non sia solo uno slogan, che cosa deve fare un'impresa per aggiungere "conoscenza" al prodotto?

La conoscenza può essere aggiunta o utilizzata sia nel processo sia nel prodotto; nel primo caso l'obiettivo può essere migliorare l'efficienza produttiva e/o la qualità del prodotto oggetto del processo. Nel secondo l'obiettivo è l'aumento delle prestazioni tecnologiche del prodotto (uno smart phone con nuove funzioni) o il miglioramento del suo contenuto estetico (un tessuto più morbido). Non va dimenticato che, aggiungendo conoscenza, si può innovare anche

nei campi dell'organizzazione e dei mercati.

Al festival della Conoscenza i rettori hanno evidenziato il disallineamento tra formazione e mondo del lavoro. Come superarlo?

Il mondo del lavoro, riferito alle imprese private, è maggiormente esposto alla concorrenza rispetto a quello dell'educazione. Ne consegue che l'impresa che non innova viene sopraffatta dai concorrenti che lo fanno ed è costretta a chiudere. Le Università invece, che pure "producono" conoscenza al loro interno con l'attività di ricerca, non essendo sottoposte a una elevata pressione competitiva, stentano ad adeguare la loro offerta formativa alle mutate esigenze delle imprese.

La conseguenza?

Spesso i laureati non hanno conoscenze aggiornate per affrontare un impegno lavorativo. Anche l'alternanza studio-lavoro, attraverso stage aziendali, è stata finora trascurata; è invece fondamentale per consolidare le conoscenze acquisite e per obbligare le Università, grazie al costante confronto con le imprese, ad aggiornare il contenuto dei corsi di studio.

Ma.Ba

UDINE 2024

Nasce il tavolo di coordinamento

Nasce "Udine 2024", il tavolo di coordinamento tra categorie economiche, decisori pubblici e formazione per il futuro di Udine e del suo territorio. Camera di commercio, Comune e Università stanno definendo il protocollo d'intesa che dà concreta attuazione al percorso di sviluppo suggerito dall'Ocse, nella relazione dell'"Agenda del Futuro - Udine 2024". Da settembre partirà un vero e proprio "cantiere" della Udine del futuro e del suo territorio. Molti gli argomenti: dal turismo ai rapporti tra economia e mondo della formazione, dai rapporti con l'intero territorio regionale alle politiche di sostegno all'economia e al sistema produttivo, fino ai programmi di innovazione. Il tavolo prevede 9 componenti fissi (il presidente Cciao Giovanni Da Pozzo, il sindaco Furio Honsell e il rettore Alberto De Toni dovranno nominare ognuno altri due rappresentanti) ed esperti, con la Regione invitata permanente di ogni riunione, in modo che le policy trovino coerenza di indirizzo nelle scelte strategiche.

(m.b)

Far crescere la cultura imprenditoriale per generare nuove attività. Ecco un'altra start up nata grazie a Imprenderò 4.0

CAMERA DI COMMERCIO



AGOGE PTSTUDIO

Palestra di qualità

Non più la solita sala macchine affollata e anonima, ma programmi di fitness personalizzati

Tiziana Melloni

Far crescere la cultura imprenditoriale per generare nuove attività è il fondamento del programma "Imprenderò 4.0", di cui la Camera di Commercio di Udine è parte attiva. Tanto che sono ormai diventando numerosi i partecipanti ai corsi, seguiti dal personale camerale, che hanno poi deciso di avviare un'attività in proprio, un risultato davvero importante che dà anche conto dell'utilità e dell'efficacia dell'azione formativa e di accompagnamento. Agoge Ptstudio è una start-up di Feletto Umberto nata proprio con la propulsione di un corso "Imprenderò" realizzato in Cciaa. Abbiamo rivolto al titolare di Agoge, il dott. Alex Modotti, alcune domande.

Come è nata l'idea della start-up?

Ci siamo resi conto che le palestre stavano entrando in una fase di decadimento qualitativo. I prezzi sono scesi e di pari passo è calata l'attenzione al cliente ed alla personalizzazione dei programmi di fitness. La nostra start-up è una particolare tipologia di palestra presso la quale si può fare vero "personal training", "one to one" o in coppia in una sala riservata, seguiti da un laureato in Scienze motorie e con l'affiancamento di consulenti esterni in nutrizione, osteopatia, posturologia, ostetricia. Con il personal trainer si viene seguiti passo passo ma alla base c'è un'attenta analisi del cliente, della sua salute e degli obiettivi che vuole raggiungere. Proponiamo corsi di gruppo con insegnanti specializzati nelle singole discipline. Quindi non più la vecchia "sala macchine" ma uno spazio indoor dove far crescere l'allenamento a corpo libero. Nella sala open



Il titolare di Agoge Ptstudio, Alex Modotti

e nella sala corsi, oltre ai nostri corsi di gruppo tra i quali i corsi A.F.A. (attività fisica adattata) in collaborazione con l'Ospedale Gervasutta di Udine, daremo in locazione spazi e attrezzature a colleghi personal trainer o associazioni sportive.

Quale forma societaria è stata scelta e perché?

L'Agoge Personal Trainer Studio è un'impresa artigiana di servizi alla persona. Ci avvaliamo di collaboratori esterni specifici nelle varie discipline e tutta l'organizzazione è gestita a livello familiare. Mia moglie Karin ha affinato il suo bagaglio di conoscenze amministrative e di marketing con il corso offerto da "Imprenderò 4.0".

In che modo le opportunità di formazione sono state utili nella creazione della nuova impresa?

La possibilità avuta con l'ammissione al corso "Imprenderò 4.0" è stata la chiave di volta per avere un quadro completo: conoscere professionisti del settore, capire cosa si può fare per realizzare il proprio sogno con consapevolezza e razionalità. La cosa più importante che viene detta da subito al corso è "im-

parerete a valutare se la vostra idea è realizzabile e se potrete vivere con essa": indubbiamente all'inizio ci sono molte difficoltà e la gran parte del lavoro è nelle mani dell'imprenditore da cui dipende spesso la buona riuscita ma un'idea imprenditoriale ben ponderata evita di portar danno al singolo, alla sua famiglia e alla società.

Quali sono stati i principali ostacoli e come sono stati superati?

Gli ostacoli maggiori riguardano la diffidenza delle banche, l'accesso al credito, motivo per cui si cerca di "far da soli", autofinanziandosi. È dura ma se si lavora bene piano piano si rientra dalle spese con grandi soddisfazioni, professionali, personali ed economiche. All'inizio fa paura anche tutta la burocrazia che sembra un pozzo senza fondo dal quale risale sempre qualcosa di nuovo da fare, ma non bisogna spaventarsi e bloccarsi per questo.

Come stanno andando le cose?

Pensavamo che le cose andassero più a rilento; invece i clienti si rendono conto della qualità che gli diamo e soprattutto dei risultati. La cosa più bella è stata sentirsi dire per caso ad un corso "conosci quella palestra a Feletto chiamata Agoge? è molto conveniente e ci son dei bravi professionisti! Te la consiglio".

Quali sono le aspettative per il futuro?

Consolidare l'impresa, renderla una macchina ben oliata con corsi sempre attivi tutto l'anno, diventare un punto di riferimento per la formazione professionale dei colleghi, incrementare l'offerta per i clienti dal punto di vista professionale e creare una forte rete d'impresa con i nostri collaboratori esterni.

MEDIORIENTE

Missione, ultimi giorni per le adesioni

Ultimi giorni per aderire a una nuova iniziativa di internazionalizzazione della Camera di Commercio: una missione con incontri di business in Medio Oriente, nei Paesi del Golfo. Il viaggio d'affari si terrà poi dal 22 al 26 novembre e si tratta di un viaggio a tappe, tra Kuwait, Bahrain, Emirati Arabi Uniti o Arabia Saudita, sulla scorta delle manifestazioni di interesse delle aziende aderenti. Le attività di B2b e visite

aziendali e istituzionali si terranno tra Kuwait City, Manama, Dubai e Riad. 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 e sono strutturalmente oil oriented ma avviate a processi di "diversificazione economica". Si caratterizzano per livelli qualitativi della domanda elevati, che

orientano l'acquisto verso prodotti e servizi ad alto valore aggiunto e di qualità. La quota di export dell'Italia nei Paesi dell'area del Golfo, nonostante sia cresciuta notevolmente nell'arco degli ultimi anni, rimane ancora limitata. Per info: 0432.273537; mail progetti.info@ud.camcom.it; sito internet della Camera di Commercio di Udine www.ud.camcom.it, dove c'è anche tutta la modulistica, pronta da scaricare.

SUDAMERICA

Alla scoperta di Cile, Perù e Colombia

Dal 2 al 5 novembre la Camera di Commercio di Udine organizza una missione imprenditoriale in Sudamerica: un viaggio con tappe che saranno le imprese aderenti a scegliere tra i Paesi previsti dal "pacchetto", ossia Cile, Colombia e Perù. La scadenza è del 5 agosto per presentare domanda di adesione alla missione, che prevede incontri B2b con le controparti sudamericane e visite in aziende locali. Nel caso l'interesse fosse rivolto a tutti e tre i Paesi, saranno

proposte soluzioni specifiche (da tenere in considerazione che il 2 novembre è giornata festiva in Colombia). La missione è aperta a tutti i settori, ma in particolare alle imprese del food & wine, arredo-design, meccanica elettronica, energia e sostenibilità. Per informazioni: 0432 273535 e mail progetti.info@ud.camcom.it. Su www.ud.camcom.it ci sono ulteriori informazioni nonché tutta la modulistica da scaricare e compilare. Il Cile è un Paese stabile,

con un'economia fortemente orientata verso l'estero con un elevato grado di apertura commerciale. La Colombia sta ora risentendo delle difficoltà congiunturali internazionali, ma si parla comunque di un livello di crescita ancora del 4%. Il Perù, infine, ha registrato una crescita del Pil del 2,4%, una domanda interna del 2,5% e gli investimenti sono stimati in forte recupero nel periodo 2015-2016 con la realizzazione di progetti di investimento per oltre 32 miliardi di dollari.

Investire in professionalità

07/09

IL BUDGET È ANCORA ATTUALE? SÌ, MA È UN BUDGET DIVERSO!

Date previste: **07 - 09 settembre**
Orario: **18.30 - 21.30**
Docente: **dott. Francesco Lagonigro**
Durata: **7 ore**
Costo: **€ 90,00 (esente Iva)**
Iscrizioni: **daniela.morgante@ud.camcom.it**



Corsi

07/09

ELABORAZIONE DELLA BUSTA PAGA CORSO BASE

Date previste: **settembre 2015, lunedì e mercoledì**
Orario: **18.30 - 21.30**
Docente: **Studio Ermacora**
Durata: **26 ore**
Costo: **€ 220,00 (esente Iva)**
Iscrizioni: **mauro.chiaruttini@ud.camcom.it**



Corsi

07/09

COMUNICAZIONE DI SERVIZIO

L'Azienda Speciale I. Ter Formazione sarà **chiusa dal 10 al 21 agosto**. Le attività riprenderanno lunedì 24 agosto 2015.



Comunicazioni



Unione europea
Fondo sociale europeo



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA



FSE
FRIULI VENEZIA GIULIA
POR 2014-2020

07/09

FORMAZIONE FINANZIATA PER LE IMPRESE

È attivo il **Programma specifico 30/15** Formazione continua e permanente per la promozione e attivazione di processi culturali in tema di innovazione in ambito aziendale. Si tratta di formazione finanziata per le imprese sui **temi dell'innovazione di prodotto/processo/servizio** della durata tra le 24 e le 60 ore e che prevede un piccolo contributo da parte dei partecipanti. L'attività può essere rivolta ad una sola azienda o ad un gruppo di imprese.



Corsi

Informazioni: **daniela.morgante@ud.camcom.it**

07/09

FOCUS>B

Programma di Formazione per una Cultura della Sicurezza, Campagna straordinaria di formazione finalizzata alla diffusione della cultura della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. Il progetto è finanziato dalla Regione Fvg. L'Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER - Formazione della Cciaa di Udine, nell'ambito, organizza corsi e seminari dedicati a:

- lavoratori stranieri;
- lavoratori agricoli (stagionali);
- imprenditori e lavoratori autonomi.



Corsi

La frequenza del corso non sostituisce in alcun modo la formazione obbligatoria prevista dal dlgs.81/08 e successivi. La formazione **gratuita** potrà avvenire, in base alle esigenze degli interessati, sia fuori che in orario di lavoro

Informazioni: **ricercaeformazione@ud.camcom.it**



Camera di Commercio
Udine



Formazione

Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432 273 245
www.ricercaeformazione.it
ricercaeformazione@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.ricercaeformazione.it

Ha avuto ottimo esito la mattinata di incontri con la delegazione di imprenditori e operatori economici canadesi arrivata a fine giugno a Udine

INTERNAZIONALIZZAZIONE



CANADA

Opportunità in crescita

Si infittiscono i rapporti tra Friuli e il Paese del Nord America: 595 le imprese coinvolte nel progetto

Numerose, concrete opportunità di collaborazione economica con il Canada. E forte interesse ai prodotti e servizi delle nostre imprese, tanto quelli delle grandi realtà come la Rizzani De Ec-

Sono stati una quindicina gli imprenditori friulani che hanno aderito all'approfondimento e ai B2b, assieme al console onorario Primo Di Luca



cher quanto le pmi più tipiche del tessuto produttivo friulano, dalla meccanica all'agroalimentare, dai servizi ai produttori di sedie. Ha avuto un ottimo esito la mattinata di incontri con la delegazione di imprenditori e operatori economici canadesi, in Italia per Expo e a fine giugno arrivata a Udine, accolta nella sede di Friuli Future Forum. Tra loro, c'era anche il rappresentante della Twcc (Tribal Wi-Chi-Way-Win Capital Corporation) di Winnipeg, uno dei primari gruppi del Manitoba in ambito finanziario e imprenditoriale, già capo Peguis, "first nation" della regione canadese, che ha presentato l'attività della sua realtà economica e ha confermato l'attenzione a scambi e collaborazioni finanziarie e commerciali con le nostre aziende, indossando per il suo saluto il caratteristico copricapo con le piume del costume tradizionale.

Sono stati una quindicina gli imprenditori friulani che hanno aderito all'approfondimento e ai B2b, assieme al conso-

le onorario - insediato proprio in Cciaa dal 2012 - Primo Di Luca, alla componente di giunta camerale Lucia Piu e a George Visintin della Camera di Commercio di Toronto, i partner promotori di questa attività, oltre ai rappresentanti delle categorie economiche udinesi, da Matteo Tonon per Confindustria ad Augusto De Toro di ConfApi Fvg, da Claudio Filipuzzi del Parco di San Daniele a Carlo Piemonte per l'Asdi sedia. Gli incomer si sono confrontati sul contesto economico locale, prima di dare avvio agli incontri d'affari veri e propri, realizzati nell'ambito dei servizi desk Canada, avviato proprio quest'anno a fine febbraio.

Un nuovo tassello si è aggiunto al ricco mosaico di relazioni economiche e d'amicizia tra Fvg e Canada: dal 2008 sono 595 le imprese friulane coinvolte in seminari, checkup, missioni e incoming con il Paese nordamericano: nello specifico, sono una decina gli operatori canadesi ospitati in regione in occasione di tre incoming, con

il coinvolgimento di 108 nostre imprese, e sono 51 le aziende friulane portate in Canada nelle 5 missioni organizzate (più due di scouting), con una stima di oltre 400 controparti canadesi incontrate. Prossimi appuntamenti di internazionalizzazione per il Canada saranno le Grandi Degustazioni dei vini, che le

Prossimi appuntamenti di internazionalizzazione per il Canada saranno le Grandi Degustazioni dei vini, che le Camere di Udine e Gorizia promuovono insieme all'Ice

Camere di Udine e Gorizia promuovono insieme all'Ice. La XX edizione dell'evento si terrà in due tappe dal 27 ottobre al 4 novembre, a Vancouver e Calgary, Toronto e Montréal (info

sulla missione 0432.273534, mail: progetti.info@ud.camcom.it, www.ud.camcom.it).

Con un consumo procapite di vino in costante crescita, e un valore medio di prodotto italiano esportato tra i più alti nel mondo (4,03 euro al litro), il Canada ha visto raddoppiare il valore delle consegne in dieci anni, posizionandosi al quinto posto tra i mercati di sbocco per il vino italiano. Il sistema di distribuzione in Canada è fortemente regolamentato e soggetto ai Monopoli provinciali (sezione "Liquor Control Board") che provvedono ai controlli, allo stoccaggio e alla commercializzazione e distribuzione tramite reti controllate. Il workshop promosso da Ice ha conquistato, anno dopo anno, il ruolo di primaria importanza tra le manifestazioni dedicati al vino italiano in Canada e si conferma come l'evento commerciale più atteso dagli operatori di settore canadesi. L'edizione 2014 ha registrato la partecipazione di 3.500 tra operatori commerciali, giornalisti e opinion leader.

MISSIONE NELL'AREA CASPICA

In scadenza le adesioni

Sono in scadenza, e vanno inviate entro i primi giorni di agosto, le adesioni alla nuova missione organizzata dalle Camere di Commercio di Gorizia, Pordenone e Udine, programmata tra novembre e dicembre (info su www.ud.camcom.it e progetti.info@ud.camcom.it) nei quattro Paesi dell'area caspica, Azerbaijan e Kazakhstan, ma anche - con tappe a scelta delle aziende partecipanti in base alle specifiche strategie commerciali di ciascuna - Georgia e Turkmenistan, new entry proposta quest'anno.

I numeri. Le Cciaa regionali hanno già avviato da alcuni anni significative relazioni commerciali con l'area, ha ricordato il presidente Da Pozzo. Nell'ultimo biennio, 443 imprese friulane sono state coinvolte nelle diverse attività: di esse, 229 hanno partecipato ai vari seminari di approfondimento, 171 hanno avuto incontri personalizzati con gli esperti e ben 43 hanno partecipato alle tre missioni che hanno toccato sia Baku sia Almaty. Azerbaijan. Secondo settore dell'economia locale, la filiera costruzioni- infrastrutture esercita una forte spinta alla crescita del Paese, in prospettiva degli sviluppi urbanistici in programma (Parchi Verdi - Zona Urbana di Baku,

Khazar Islands, Nargin Zira Islands, Baku White City) e strettamente legata ai flussi finanziari provenienti dal settore energetico e primario. Nel 2014, i valori di interscambio con il Fvg indicano +3,1% delle nostre esportazioni. Tra i prodotti più esportati dal Fvg, il 20% è costituito dai mobili, ma quasi il 50% dai macchinari speciali. Kazakhstan. L'edilizia è



Tbilisi, capitale della Georgia

uno dei settori di sviluppo più attivo, concentrata soprattutto ad Astana, Almaty e la regione di Atyrau. Interscambio: nel 2014 le esportazioni dal Fvg, seppur in valore non elevatissime, sono aumentate del 27% e il saldo commerciale si è attestato a 7,5 milioni di euro. Il 37% dell'export, in prima posizione, è costituito dai mobili.



Missioni
Imprenditoriali

Visita studio Fiera Anuga | Colonia (GERMANIA)
10-14 ottobre | Food&Wine

Sudamerica | CILE, PERÙ, COLOMBIA
02-06 novembre | Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità

Florida: focus settori nautica, arredo, agroalimentare | Miami, Fort Lauderdale (USA)
05-09 novembre | Arredo Design, Food&Wine

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

Vitaly Russia | Mosca (RUSSIA)
16 novembre | Vitivinicolo

Paesi del Golfo | KUWAIT, BAHREIN, EMIRATI ARABI UNITI o ARABIA SAUDITA
22-26 novembre | Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità

Area Caspica | AZERBAIJAN, TURKMENISTAN, GEORGIA, KAZAKHSTAN
30 novembre - 04 dicembre | Meccanica Elettronica (nautica), Arredo Design



Incoming

Accoglienza operatori dall'Ecuador | Udine
12-13 ottobre | Meccanica

Accoglienza operatori dal Canada | Udine
16-18 ottobre | Fiera Abitare



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



Turismo

B2C: Kielce Bike Expo | Kielce (POLONIA)
24-26 settembre

Workshop B2B: Mirabilia | Lipari
12-13 ottobre

B2B: Workshop | Amsterdam (OLANDA)
28 ottobre

B2C: Enoexpo Krakow | Cracovia (POLONIA)
04-06 novembre



Camera di Commercio
Udine



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.

Si è discusso con interesse dell'opportunità di lanciare un "Friulians in South Africa"

CAMERA DI COMMERCIO



LA MISSIONE

Ritorno in Sudafrica

A due anni dall'ultimo viaggio di affari, risultati positivi per le aziende friulane

Le aziende friulane sono tornate in Sudafrica, a due anni dall'ultimo viaggio d'affari organizzato dal sistema camerale, in una piccola ma attiva delegazione di realtà rappresentative del settore edile, della meccanica e della filiera abitare. La missione è stata promossa dalla Camera di Commercio di Udine, con quelle di Pordenone e Gorizia, in collaborazione con la Camera di Commercio italo-sudafricana di Johannesburg, in collaborazione con la quale alle imprese regionali è offerto anche un servizio di consulenza specialistica "Desk Sudafrica" disponibile approfondendo su www.ud.camcom.it e contattando lo 0432.273537 e la mail: promozione@ud.camcom.it per informazioni.

Dopo la prima tappa di Cape Town, gli imprenditori friulani in missione si sono spostati proprio a Johannesburg. A Cape Town i risultati sono

stati positivi a partire dagli incontri "one to one" organizzati in aziende locali preselezionate e dall'approfondimento con il nuovo, giovane console italiano Alfonso Tagliaferri, con cui si è discusso con interesse dell'opportunità di lanciare un "Friulians in South Africa", una sorta di secondo capitolo dell'apprezzata pubblicazione, realizzata lo scorso anno, dedicata ai grandi nomi friulani dell'economia in Canada, vista la forte e affermata presenza di imprenditori originari del Fvg anche in Sud Africa. Una di loro, conosciutissima e punto di riferimento per le imprese regionali che vogliono ampliare la propria collaborazione con il Paese, è Nicolina Di Santolo, che la delegazione ha incontrato appena arrivata a Johannesburg.

L'export dal Fvg al Sudafrica, negli ultimi 2 anni, è sempre stato in leggera crescita, pur se i volumi non sono an-

cora altissimi: +2,7% nel 2013 e +1% nel 2014. Un vero boom, anche se sempre a valori modesti, è quello che si è registrato nel primo trimestre di quest'anno, rispetto allo stesso periodo del 2014: le nostre esportazioni sono cresciute addirittura del 34,5%, soprattutto da Pordenone e Trieste e soprattutto per quanto riguarda le macchine per impieghi generali (per la fabbricazione di motori o turbine e apparecchiature fluidodinamiche), gli elementi da costruzione in metallo (strutture metalliche, porte, imposte e cancelli), fino ai prodotti dell'alimentare (dal caffè, ai preparati alimentari e alimenti dietetici).

Nel 2014 abbiamo esportato in particolare elementi da costruzione in metallo (13,8%), macchine per impiego speciale (13,6%) e per la formatura dei metalli (9,7%), nonché prodotti alimentari (7,9%) e mobili (7,4% dell'export).

FOCUS MECCANICA

A settembre visita - studio alla Fiera Mos

Focus meccanica: è stato un successo la partecipazione di quattro imprese friulane alla Fiera Achema di Francoforte, con centinaia di contatti e grande interesse suscitato al Salone che si conferma punto di riferimento internazionale per il settore dei processi industriali di trasformazione. La partecipazione ad Achema è stata promossa dalla Camera di Commercio di Udine, in collaborazione con il sistema camerale regionale e in sinergia con Confindustria Udine, nell'ambito del programma promozionale cofinanziato dalla Regione Fvg "Progetto Vs. Global Competition": Achema riunisce oltre 3.800 espositori da 50 paesi, 170.000 visitatori da più di 100 paesi, dei quali 30.000 dei due primi livelli della dirigenza aziendale.

Sulla scorta di questa positiva esperienza, la Camera di Commercio si sta concentrando su altri appuntamenti mirati per il comparto dell'industria meccanica, con diverse opportunità che si profilano nei prossimi mesi. Una sarà la visita-studio con incontri di business alla Fiera Mos di Celje, in Slovenia, l'8 e 9 settembre. L'edizione 2014 ha registrato 1.500 espositori da 30 Paesi, con oltre 120.000 visitatori. Mos dà la possibilità di ottenere informazioni e di intravedere in un unico luogo le migliori e più recen-

ti tendenze del mercato per il settore d'interesse. Gli inizi di agosto sono gli ultimi giorni per inviare le adesioni da parte delle imprese regionali: informazioni chiamando lo 0432.273537 o scrivendo

diversi segmenti dell'industria inclusi edilizia, energia, engineering, trasporti e logistica, costruzione macchinari, commercio acciaio, ricerca. Per informazioni e adesioni a questa ulteriore missione:



Centinaia di contatti alla Fiera di Francoforte

una mail a promozione@ud.camcom.it. Quindi, dal 10 al 13 novembre, è prevista la visita al grande salone internazionale Metal-Expo di Mosca, con alcuni appuntamenti mirati da organizzare nella giornata successiva: la scorsa edizione ha visto la partecipazione di oltre 650 aziende espositrici provenienti da 35 paesi al mondo e registrato la presenza di 30.000 utilizzatori finali di prodotti ferrosi e non appartenenti a

telefono 0432.273516 e mail: progetti.info@ud.camcom.it. Sempre a ottobre, per le aziende della meccanica ci sarà la possibilità di effettuare incontri di business questa volta grazie a un incoming di imprese del comparto provenienti dall'Ecuador. Tutte le informazioni e la documentazione per aderire alle diverse iniziative sono disponibili su www.ud.camcom.it, alla sezione internazionalizzazione.



Un'immagine dall'alto di Cape Town

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.

LITUANIA - PARCO INDUSTRIALE

Società per azioni lituana specializzata nello sviluppo di un proprio parco industriale è interessata ad accordi di subfornitura e offre spazi e servizi ad aziende estere che vi si vogliono insediare. (Rif. 2015.07.01 20100705031BR)

GERMANIA - SERVIZI MARKETING

Azienda tedesca, situata nella creativa città di Amburgo, fornisce servizi di comunicazione e marketing a tutto tondo. E' interessata a joint venture, rapporti di subfornitura e offre servizi di intermediazione commerciale ad aziende che desiderano espandersi sul mercato tedesco. (Rif. 2015.07.02 20120912036BR)

ROMANIA - INDUSTRIA

Azienda romena attiva nella fornitura di prodotti industriali e attrezzature per l'industria oil&gas, energia e nucleare, chimica e metallurgia offre servizi di intermediazione per tali prodotti o nuovi per ampliamento gamma. (Rif. 2015.07.03 20100126028BR)

FRANCIA - EDILIZIA

Agente di commercio francese offre ser-

vizi di intermediazione commerciale ad aziende interessate ad entrare nel mercato francese delle costruzioni dominato da gruppi di acquisto centrali. (Rif. 2015.07.04 BRFR20140721001)

GERMANIA - IMPIEGO

Azienda privata per l'impiego della Sassonia è interessata a rapporti di cooperazione a lungo termine con agenzie e soggetti di recruiting per la ricerca di personale qualificato in Europa sia per il settore medico, assistenziale che industriale. (Rif. 2015.07.05 BRDE20150209001)

POLONIA - IMPREGNANTI CERCASI

Distributore polacco di oli e cere per il legno di alta qualità cerca nuovi fornitori per ampliamento proprio portfolio prodotti. (Rif. 2015.07.06 BRPL20140723001)

REGNO UNITO - SCARTI HDPE CERCASI

Azienda inglese cerca fornitori regolari di scarti HDPE per il loro riutilizzo. (Rif. 2015.07.07 BRUK20130912001)

AUSTRIA - BEVANDE E ALIMENTI

Distributore austriaco di vino, liquori, delicatessen cerca produttori con elevati standard qualitativi per accordi di distribuzione, agenzia. E' attivo nel settore catering, ristorazione, piccoli negozi specializzati nonché consumatori finali. (Rif. 2015.07.08 BRAT20150506001)

REPUBBLICA Ceca - PRODOTTI ALIMENTARI E SOFT DRINK

Rivenditore ceco cerca produttori o fornitori di prodotti alimentari e soft drink da introdurre sul mercato ceco. (Rif. 2015.07.09 BR CZ20140507001)

REGNO UNITO - PRODOTTI PER BAMBINI CERCASI

Azienda inglese specializzata nella vendita e distribuzione di prodotti per bambini cerca fornitori e produttori in Europa. (Rif. 2015.07.10 BRUK20140610001)



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

GLI UFFICI

Cambi di orari ad agosto

Nel mese di agosto ci saranno delle variazioni negli orari di apertura al pubblico di alcuni uffici in Camera di Commercio di Udine. Per quanto riguarda la "Borsa merci", innanzitutto, le rilevazioni dei prezzi di cereali e degli avvicicoli saranno sospese venerdì 7 e venerdì 14 agosto e riprenderanno il successivo venerdì, 21 agosto. L'Azienda Speciale I.Ter - Promozione resterà invece chiusa al pubblico da 10 al 14 agosto e riaprirà lunedì 17 agosto, mentre l'Azienda Speciale I.Ter - Formazione chiuderà dal 10 al 21 agosto per riaprire poi lunedì 24 agosto. La sede di Tolmezzo della Camera di Commercio (via Carducci, 22-33028 Tolmezzo) sarà chiusa da lunedì 10 a venerdì 21 agosto. Tutte le variazioni sono comunemente aggiornate sul sito internet della Cciao, www.ud.camcom.it, e specificamente alla sezione Uffici/Orari. Per informazioni è sempre disponibile anche l'Urp - Ufficio Relazioni con il Pubblico: Telefono 0432.273543, mail urp@ud.camcom.it.

LA VISITA IN CCIAA

Opportunità con il Togo

Il Togo, da Expo Milano in trasferta alla Camera di Commercio di Udine, per rafforzare le relazioni commerciali ed economiche anche con il territorio del Fvg e la sua economia. Il segretario generale della Cciao udinese Maria Lucia Pilutti ha incontrato in sala consiglio Johnson Keku-Banka, Commissario per Expo 2015 della Repubblica del Togo e Direttore generale del centro togolese per le fiere, in questi giorni impegnato all'Esposizione milanese. Ad accompagnarlo in Cciao, c'erano il presidente dell'Associazione Time for Africa Umberto Marin, nonché Aubine Aoefa, presidente di "Baobab", associazione togolese a Udine, e Rodrigo Topkli, studente e rappresentante della comunità del Togo a Udine. Tra le prossime opportunità per le imprese di incontrare operatori, istituzioni e imprese del Togo a Expo, un Forum che si terrà il 24 settembre proprio in Expo e cui possono aderire anche le imprese del Fvg. Questo grazie alla piattaforma Expo Business Matching (<https://www.expobusinessmatching.com/>) realizzata da Promos-Camera di Commercio di Milano con Price Waterhouse Coopers (Pwc), cui ha aderito anche la Cciao di Udine. L'ente camerale udinese promuove peraltro la partecipazione delle imprese friulane a Expo tramite questa piattaforma, anche garantendo loro uno speciale "coupon". Tutte le informazioni anche su www.ud.camcom.it, alla sezione Internazionalizzazione-Progetti. Tra i rappresentanti istituzionali oggi in Cciao è stata confermata la volontà di approfondire le relazioni economiche tra Friuli e Togo, tra cui gli scambi commerciali sono ancora esigui. Sono però in forte crescita, poiché il Togo si sta sviluppando molto velocemente, grazie anche al fatto che, tramite il porto di Lomé, è porta privilegiata per tanti Paesi dell'Africa occidentale e c'è inoltre ampia apertura agli investimenti e alle collaborazioni con i Paesi esteri. L'Italia in particolare, ha confermato anche Keku-Banka a Udine, intesa come portatrice di prodotti e servizi di alta qualità.



Sono aperti fino al 30 settembre i termini per presentare domande a sostegno dei progetti

CAMERA DI COMMERCIO



IMPRENDITORIA FEMMINILE

Ecco i contributi

Possono coprire vari tipi di spese sostenute. Importo fino a un massimo di 30 mila euro

Sono aperti fino alle 16.30 del 30 settembre i termini per presentare domande di contributo a sostegno di progetti di imprenditoria femminile. I fondi sono della Regione ed è l'Unioncamere Fvg, tramite le Camere di Commercio provinciali, a gestire tutta la procedura.

La domanda potrà essere presentata dall'impresa richiedente esclusivamente tramite

L'intensità massima del contributo è pari al 50% della spesa ammissibile

Pec (posta elettronica certificata) alla Camera di Commercio relativa alla provincia nella quale è localizzata la sede legale o l'unità operativa in cui è realizzato il progetto imprenditoriale. La domanda dovrà essere trasmessa mediante la casella di Pec dell'impresa richiedente e indirizzata esclusivamente all'indirizzo Pec dell'ente competente per territorio, che per la Camera di Udine è cciaa@ud.legalmail.camcom.it, mentre per Gori-



zia: fondogorizia@go.legalmail.camcom.it, per Pordenone: cciaa@pn.legalmail.camcom.it e per Trieste: cciaa@ts.legalmail.camcom.it.

Gli incentivi sono concessi tramite procedimento valutativo a sportello, su base provinciale, nel rispetto dell'ordine cronologico di presentazione delle domande. Il bando e la modulistica sono disponibili al link: <http://www.fvg.camcom.it/imprenditoriafemminile2015>. I contributi possono coprire vari tipi di spese sostenute dall'impresa femminile: spese per investimenti, strettamente funzionali all'esercizio dell'attività economica, relativi all'acquisto e locazione finanziaria dei beni specificamente indicati dal bando, o spese per la costituzione dell'impresa, spese di primo impianto e, solo per le microimprese, spese

per le operazioni di microcredito elencate nel bando. L'intensità massima del contributo è pari al 50% della spesa ammissibile e l'importo dell'agevolazione è compreso tra un minimo di 2.500 e un massimo di 30 mila euro. Per informazioni a Udine è possibile contattare il Punto Nuova Impresa della Cciaa (0432.273539-508 e nuovaimpresa@ud.camcom.it).

per le operazioni di microcredito elencate nel bando.

L'intensità massima del contributo è pari al 50% della spesa ammissibile e l'importo dell'agevolazione è compreso tra un minimo di 2.500 e un massimo di 30 mila euro.

Per informazioni a Udine è possibile contattare il Punto Nuova Impresa della Cciaa (0432.273539-508 e nuovaimpresa@ud.camcom.it).

CONGRESSO IL 19 - 20 OTTOBRE

Appuntamento a Lignano

Lignano si appresta a prolungare i suoi eventi di punta fino all'autunno, quest'anno. La cittadina balneare friulana è stata infatti scelta per ospitare il IX Congresso imprenditoria femminile dell'Adriatico Ionico, una due giorni dedicata proprio alle aziende guidate da donne, in programma il 19 e il 20 ottobre prossimi. E la Camera di Commercio di Udine promuoverà e coordinerà l'appuntamento, che è organizzato dal Forum delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio (Forum Aic), una rete transnazionale, senza scopo di lucro, che unisce gli enti camerali appartenenti ai Paesi che si affacciano sulle due sponde: Italia, Croazia, Bosnia-Erzegovina, Montenegro, Slovenia, Grecia ed Albania.

L'Associazione, nata nel 2001 grazie alla volontà e alla lungimiranza delle Cciaa fondatrici di Ancona e Spalato, ha lo scopo di potenziare le sinergie e le opportunità per lo sviluppo socio-economico dell'area.

L'evento che farà tappa a Lignano approfondirà "clusters e networking nell'imprenditoria femminile" e si conferma essere uno dei momenti più importanti per le imprese "rosa", per accrescere maggiormente la loro competitività e meglio affrontare difficoltà burocratiche e preconcetti culturali. Il Congresso di ottobre intende fornire una fotografia attuale delle politiche di sviluppo a favore delle imprese al femminile, mettendo in luce i vantaggi dei cluster e delle attività di rete e aggregazione, in particolare nei settori del turismo sostenibile, dell'agroalimentare (con focus vitivinicolo), nonché nell'ambito scientifico e dell'ingegneria, anche attraverso l'intervento di testimonial di successo e sessioni tematiche "guidate".



AGOSTO

25 CONCESSIONE CONTRIBUTI A SOSTEGNO DI PROGETTI DI IMPRENDITORIA GIOVANILE
Scadenza 02 OTTOBRE ore 16.30

SETTEMBRE

07 IL BUDGET È ANCORA ATTUALE? SI MA È UN BUDGET DIVERSO!
07 - 09 settembre ore 18.30 - 21.30

07 WORKSHOP COMMERCIALE
Simply Italian Great Wines Great Britain
Londra

14 BROKERAGE EVENT
CONTACT CONTRACT
Brno, Repubblica Ceca (14 - 15 settembre)

24 ATTIVITÀ OUTGOING PER IL SETTORE TURISMO
B2C Polonia
Kielce, Polonia (24 - 26 settembre)

28 MISSIONE IMPRENDITORIALE
A NEW YORK
New York (28 - 30 settembre)

29 EUROPEAN COMMISSION WORLDWIDE: matchmaking events at Expo - Cina, Food&Wine, Meccanica elettronica
Expo Milano (29 - 30 settembre)

30 EUROPEAN COMMISSION WORLDWIDE: matchmaking events at Expo - Cina, Scienze della vita
Expo Milano (30 settembre - 02 ottobre)

30 CONCESSIONE CONTRIBUTI A SOSTEGNO DI PROGETTI DI IMPRENDITORIA FEMMINILE
Scadenza 30 settembre ore 16.30

30 CONTRIBUTI ACQUISTO BICICLETTE ELETTRICHE A PEDALATA ASSISTITA
Scadenza 30 settembre

OTTOBRE

19 MEETING DONNE IMPRENDITRICI DEL FORUM ADRIATICO IONICO
Lignano Sabbiadoro (19 - 20 ottobre)

AVVISO

CHIUSURA PER FERIE

Modifiche di orario durante il periodo estivo

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER - Promozione

- Chiude dal 10 al 14 agosto
- Riapre Lunedì 17 agosto

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER - Formazione

- Chiude dal 10 al 21 agosto
- Riapre Lunedì 24 agosto

Borsa Merci - Rilevazioni prezzi cereali e avicunicoli

- Sospese Venerdì 07 e 14 agosto
- Riprendono Venerdì 21 agosto

Camera di Commercio - Sede periferica di Tolmezzo

- via Carducci 22 - 33028 Tolmezzo (Ud)
- Gli Uffici saranno chiusi dal 10 al 21 agosto

Gli orari di tutti gli uffici sono consultabili nella pagina web **UFFICI - ORARI**

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



FRIULI
FUTURE
FORUM