



## Omaggio alla ricostruzione

Dall'archivio Cciaa

## Ricordo per il futuro

GIOVANNI DA POZZO\*

Il 11 maggio 1976, alle 17.30, si riunì la giunta della Camera di Commercio di allora, presieduta dal professor Vittorio Marangone.

Nella prima seduta a pochi giorni dal Terremoto, all'unanimità, approvò la delibera 143.

Come si legge nel documento ritrovato nel nostro archivio, «ritenuto doveroso un immediato intervento camerale, quale manifestazione di fraterna solidarietà verso i fratelli friulani così duramente provati», il gesto sollecito fu un contributo di 25 milioni di lire al Commissario governativo presso la Prefettura.

Fu solo il primo gesto, una goccia nel rivolo cui la Camera seppe dare forma efficace, affluendo nel fiume di solidarietà che fortunatamente si formò, grazie all'apporto della popolazione e delle istituzioni friulane e di tante realtà italiane e internazionali.

Testimonianza di una Camera da sempre al fianco di imprese, cittadini e territorio, le vecchie delibere sfo-

giate in questi giorni – in cui si stanno doverosamente ripetendo su stampa, tv, social e tra la gente i ricordi di quegli anni – ci hanno emozionato e offerto una prospettiva, lato tangibile di un grande pensiero, il notissimo «prima le fabbriche, poi le case e le chiese» pronunciato da monsignor Battisti all'indomani della tragedia.

Alla delibera 143, ne seguirono decine di altre con cui la Cciaa agì per le popolazioni e le attività produttive colpite dal sisma, per tutto il '76 e negli anni successivi, anche costituendo un ufficio contributi ad hoc per effettuare sopralluoghi e gestire gli stanziamenti da Stato e Regione per ricostruire le aziende, in accordo con le altre istituzioni e l'autorità commissariale.

Gli interventi non hanno trascurato una solidarietà di base, anche con misure, nell'immediato, per prevenire emergenze igienico sanitarie, con l'acquisto e la distribuzione di centinaia di contenitori per le immondizie, fino alla progettazione, all'acquisto e posa di strutture prefabbricate o padiglioni metallici, facilmente montabili e smontabili, in cui

ospitare esercizi commerciali distrutti, ricreare mercati o centri di raccolta e distribuzione di beni di sostegno, tra Artegna, Osoppo, Gemona, Attimis, Tarcento, San Daniele e altri ancora.

Non mancano nelle delibere segni di solidarietà verso dipendenti rimasti senza casa e anche una nuova e più efficace organizzazione degli uffici e dei capitoli di bilancio camerale, per convogliare le forze all'emergenza sisma e alla rinascita.

Uniamo dunque un ricordo ai tanti ricordi di quel momento, dedicandovi idealmente questo numero di Udine Economia, a pochi giorni al 6 maggio.

A chi soffrì una tragedia orribile, ma seppe risvegliarsi in fretta, trovare senso della comunità, mettersi al lavoro e agire con lucidità dopo lo choc iniziale.

Un augurio e un auspicio per ricordarci chi siamo stati, per ricordarci sempre chi siamo e cosa possiamo fare con capacità, impegno e spirito d'innovazione, per superare ogni difficoltà.

\*Presidente della Camera di Commercio di Udine

### IN QUESTO NUMERO

#### SHARING ECONOMY



**L'economia flessibile, cosa cambia**  
pag. ► II e III

#### SALONE DEL MOBILE



**La sedia torna protagonista**  
pag. ► VII

#### COMMERCIO



**Ottimismo e opportunità di sviluppo**  
pag. ► VIII e IX

# Intervenire con più coraggio per ridurre spesa pubblica e carico fiscale

CARLO SANGALLI\*



I presidenti Sangalli e Da Pozzo

Oggi la ripresa c'è ma manca ancora di slancio. Come abbiamo sottolineato nel nostro recente Forum a Cernobbio, nonostante le favorevoli condizioni del contesto economico internazionale l'Italia è ancora un paese frenato da problemi strutturali: da un lato i

deficit di legalità e infrastrutture e, dall'altro, gli eccessi di burocrazia e carico fiscale.

È, dunque, arrivato il momento di intervenire con più coraggio e determinazione per ridurre la spesa pubblica improduttiva e il carico fiscale su imprese e famiglie.

E qui è bene fare una riflessione sul Def che non presenta quella tensione verso la crescita che avremmo desiderato vedervi e di cui il paese ha assoluta necessità.

È condivisibile la prudenza nel tracciare scenari futuri, ma prendiamo atto che il Documento fotografa l'incapacità dell'Italia di crescere a ritmi apprezzabili.

In attesa dell'apporto positivo delle riforme di sistema, tra cui sembra avere nuovo impulso il piano di infrastrutture, restano sul tappe-

to i temi del disinnescamento delle clausole di salvaguardia e la difficoltà di tagliare in profondità la spesa pubblica improduttiva.

Ed è bene chiarire che evitare l'incremento dell'Iva dal 2017 è obiettivo di primaria importanza, che non va certo raggiunto aumentando altri tributi.

È necessario poi, da subito, destinare alla riduzione dell'Irpef tutte le risorse derivanti dall'abbattimento di sprechi e inefficienze nella spesa pubblica e dal recupero di evasione ed elusione fiscale.

Rilancio dei consumi e crescita sono fattori fondamentali per mettere le imprese, in particolare quelle del terziario di mercato, motore potente di sviluppo, in condizione di essere più produttive e

più competitive.

Confcommercio è "in campo" per migliorare l'efficienza del sistema imprenditoriale, per restituire più in generale competitività al Paese, per rispondere alle esigenze e ai bisogni crescenti delle imprese dei nostri settori di rappresentanza e di tutte le imprese.

Sono tutti sforzi nella direzione di un'organizzazione capace di coniugare modernità e tradizione, rinnovamento e solidità.

In una parola, oggi il ruolo delle associazioni d'impresa deve cambiare e noi siamo cambiati.

Per essere al passo con i tempi, per guardare avanti con fiducia, per dare una voce più forte, autorevole e qualificata alle imprese del terziario di mercato e all'im-

presa diffusa che così profondamente connotano i processi di sviluppo territoriale.

Per una gestione d'impresa più consapevole, più matura, più propriamente manageriale.

Imprese, peraltro, che non hanno solo una valenza di carattere economico.

Esse contribuiscono, infatti, in maniera fondamentale, a formare quella fitta trama di relazioni sociali che animano la vita delle nostre città, dei nostri paesi e dei nostri borghi.

Laddove c'è un'attività commerciale, turistica e dei servizi si creano, infatti, le condizioni di vitalità e qualità dei territori, si realizzano con più facilità opportunità di crescita per i rapporti sociali e culturali, si limita il degrado, stimolando, allo stesso tempo,

la riqualificazione urbana, lo sviluppo, la legalità.

Le attività, che noi rappresentiamo, sono luoghi della socialità per definizione, dai quali passa la vita reale del paese e dove si scandiscono i tempi delle città e delle vite dei loro abitanti.

Per questo è importante valorizzarne il ruolo, così come è importante, in generale, scongiurare il fenomeno della "desertificazione commerciale" che ha colpito centri storici e piccoli borghi e molte periferie delle aree metropolitane e che è l'antimera del degrado urbano e sociale.

Perché ogni vetrina che si spegne è un pezzo di città che muore.

\*Presidente di Confcommercio nazionale

Nuova puntata sulla sharing economy. L'analisi della professoressa Marina Brollo e della ricercatrice Anna Zilli

## SHARING ECONOMY



### SHARING E IL LAVORO

# L'economia flessibile

Il digitale e il cambiamento delle abitudini ha accelerato il fenomeno. Ma il lavoro è tutelato?

Giada Marangone

**E**conomia della condivisione, precariato e neo-imprenditoria. La sharing economy come ha trasformato il mercato del lavoro? Se n'è discusso in un'intervista a due voci con Marina Brollo, professoressa ordinaria di diritto del lavoro, direttrice del Dipartimento di scienze giuridiche e già presidente della facoltà di Economia dell'Università di Udine ed Anna Zilli, avvocatessa e ricercatrice di diritto del lavoro all'Ateneo friulano.

**Come la sharing economy sta modificando il mondo del lavoro?**

**B:** Con il passaggio dall'analogico al digitale, sta prendendo forma il fenomeno della *sharing economy* che, come noto, influenza l'offerta delle imprese, il comportamento delle persone e la visione di futuro. Due forze potenti stanno accelerando questa nuova era del lavoro flessibile. La prima è la tecnologia digitale. Anche compiti complessi, in passato considerati non automatizzabili, diventano sostituibili dalle macchine: le auto di google che si guidano da sole sono un esempio emblematico. L'altra grande forza è il cambiamento delle abitudini sociali. Marx ha prefigurato un mondo diviso in persone in possesso dei mezzi e persone che avrebbero lavorato per loro. La società, oggi, è invece sempre più divisa tra le persone che hanno risorse economiche, ma non hanno tempo per acquistarle e goderne, e le persone che hanno tempo in *surplus* (perché lavorano per *voucher*, o *part time*) e hanno bisogno, o desiderio, di accrescere i propri redditi. L'economia *on demand* fornisce ai due gruppi il modo di interagire tra loro. Meno note sono le sue profonde implicazioni nel mondo del lavoro, dall'organizzazione alla natura del contratto sociale.

**E come cambia l'impresa?**

**B:** In tale scenario, anche se non scompare il modello tradizionale, le differenze tra industria e servizi si attenuano. L'impresa diventa sempre più intermediaria, anziché il produttore: organizza i collegamenti e garantisce la qualità. Il caso *Uber* è il più noto: gli autisti sono comandati, controllati (e licenziati) da un algoritmo, pagati a tratta, sono apparentemente autonomi, soprattutto ai fini pensionistici. Non ci sono retribuzione e prestazioni garantite e per il gestore del servizio non c'è alcun rischio di impresa e nessun costo fisso. Ma aumentano le insicurezze per lavoratori e consumatori.

**Allora la sharing economy crea nuovi precariati?**

**Z:** Partiamo da una definizione: è precario solo chi non è "stabile", cioè assunto a tempo indeterminato? Direi di no. Dopo il contratto a tutele crescenti introdotto nel marzo 2015, che ha alleggerito la disciplina dei licenziamenti, i nuovi assunti non hanno più la fissità garantita, come l'abbiamo conosciuta per 45 anni, dall'art. 18 in poi. Sicché oggi la contrapposizione è tra vecchi assunti (*ante* 2015) e nuovi lavoratori: sia dipendenti che autonomi, assunti a tempo indeterminato o a termine, collaboratori e prestatori per *voucher*. Oggi parlare di "precari" vuole dire parlare di una nuova classe sociale in continuo ampliamento, che chiede diritti e si vede continuamente respinta: dal mercato e dalla società.

**Dove ci porta l'economia in-**



**formale?**

**B:** Nell'immediato, mi pare sia un mercato del lavoro accessorio e occasionale, cioè dei "lavoretti", che si aggiunge a quello tradizionale: chi lavora per *Uber* (così come chi affitta camere con *Airbnb*) arrotonda i propri redditi, regolarmente o meno: sicché mi pare sia più un problema di evasione. In prospettiva, invece, si vedono consumatori più esigenti, in termini di qualità, ma alla ovvia ricerca di un prezzo sempre più basso e quindi di un lavoro *low cost*. Il cuore del problema lavoristico è collegato a tutele, costi del lavoro e sostenibilità del *welfare*. Se il sistema non è alimentato, non è sostenibile.

**Cosa ne pensa delle aziende degli "workers on tap", oggi largamente diffuse nel mondo anglosassone?**

**Z:** Oggi un numero sempre crescente di imprenditori, unendo la potenza del computer con i

lavoratori *freelance*, offre a tutti quei lussi che una volta erano riservati ai più abbienti. I *WoT* (letteralmente, lavoratori alla spina) sono il prodotto e l'erogatore del servizio offerto. *Uber* fornisce autisti a domicilio, *SpoonRocket* consegna pasti dal ristorante a casa tua, *Instacart* mantiene il frigo fornito, come la migliore delle governanti. E ancora: clicca *Medicast* e un medico verrà da te entro due ore. Vuoi un avvocato o di un consulente? Chiedi ad *Axiom* o a *Eden McCallum*. Se c'è domanda, soddisfarla significa creare lavoro. Per far sì che sia buon lavoro, e non sfruttamento, è necessario riflettere se la legislazione vigente sia sufficiente a regolare il fenomeno o si debba fare di più.

**Dove siamo a livello normativo?**

**B:** Sul punto c'è una recente proposta di legge, a firma anche del deputato udinese Paolo Coppola, per promuovere la

diffusione dell'economia della condivisione. Ma il progetto non considera gli aspetti di regolazione del lavoro. Invece, qui, sta la vera sfida per il futuro. Non a caso, l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) ha emanato lo scorso anno una Raccomandazione sul tema. A livello legislativo, dobbiamo chiederci se chi opera attraverso piattaforme o altri strumenti online sia veramente autonomo, o se, invece, sia in posizione di "attesa" rispetto all'organizzazione del servizio o almeno "coordinato". Se l'ipotesi è quest'ultima, allora si applicherà lo statuto protettivo del diritto del lavoro. Altrimenti sarà lavoro autonomo "puro", con rischi e vantaggi.

**Parliamo dei 12 milioni di Millennials, under 35, proiettati secondo il Censis all'autoimprenditorialità.**

**Z:** Nel mercato del lavoro, i giovani sono i soggetti più vulnerabili e ciò può accadere anche



Marina Brollo

**Brollo: "Mi pare sia un mercato del lavoro accessorio e occasionale, cioè dei 'lavoretti', che si aggiunge a quello tradizionale"**



Anna Zilli

**Zilli: "Per trasformare la sharing in un'opportunità di lavoro è necessario essere sempre più istruiti, competenti e tecnologici"**

rispetto alla *sharing economy*. Per trasformarla in un'opportunità di lavoro e in una prospettiva di vita soddisfacente è necessario essere sempre più istruiti, competenti e tecnologici. Non mi sembra irrealistico che il pasticcere sia anche on line e offra i suoi servizi, sempre più personalizzati/*customerizzati*. Si aprono mercati enormi e tutti possono approfittarne, purché sappiano dove e come agire, per non subire.

**Quale il ruolo dell'Università?**

**B:** Essere imprenditore significa avere buone idee e buoni strumenti. L'Università può favorire la nascita degli uni e lo sviluppo degli altri. Lo studio resta il miglior investimento sul futuro per il singolo e per il contesto in cui va a inserirsi: oggi le persone

scelgono dove vivere, si muovono e migliorano il luogo eletto. Non tutti si muovono. Internet che ha aperto enormi opportunità per lavorare da remoto e in *co-working*. Come è cambiata la vita delle persone e il loro *work-life balance*?

**Z:** Il "lavoro agile", svolto al di fuori del posto di lavoro tradizionale, può essere uno strumento straordinario, specie per chi vive in zone marginali, dove le opportunità di impiego (in particolare qualificato) sono ridotte. La p.a. in questo senso è fondamentale per superare il divario digitale e garantire le infrastrutture necessarie. I limiti possono essere l'isolamento rispetto al contesto produttivo e una certa marginalizzazione, ma il cambio di mentalità è già in atto.

### CERCOESPERTO.IT

#### Il professionista sempre sotto casa

**T**utto è cominciato da una lavatrice guasta, di sabato.

Francesco non è riuscito a trovare un tecnico specializzato per ripararla; quindi ha cercato l'assistenza offerta dall'azienda. Ci è riuscito di lunedì e l'addetto è arrivato una settimana dopo. E ha sentenziato: conviene cambiare l'elettrodomestico. Risultato: persi 10 giorni di tempo e persi 400 euro per la parcella. Un cruccio che al malcapitato è valso il business. Perché a un certo punto di questa storia, Francesco, che di cognome fa Casarella ed è di Trieste, incontra Alessandro Romanzin, di San Daniele. Problema simile, dilemma simile, ma questa volta, c'è un ragionamento semplice e lineare che porta alla soluzione: "Possibile che sul territorio non esista un libero professionista immediatamente rintracciabile per le emergenze e in grado di esibirsi in un preventivo?". Da qui nasce SocialExpert, azienda vincitrice del bando Factory di Banca di Manzano e oggi dentro techno-

seed, l'incubatore di Friuli Innovazione. Partita ufficialmente nel novembre 2015, il team - composto anche da Alessio Liessi, Cristian Matteucci (età media 30 anni, tutti con competenze diverse) - ci lavora da gennaio dello stesso anno. È un esempio di *sharing economy* perché collega professionisti e competenze specifiche con gli utenti che le necessitano. Il sistema gira tutto attorno a un sito *cercoesperto.it* (350 gli iscritti, in fase "beta", prova gratuita fino a giugno, fruibile anche su smartphone).

"Da un lato si trovano i professionisti che offrono il loro 'mestiere' e sono geolocalizzati, dall'altra tutti i soggetti (privati e aziende) che hanno bisogno di qualcuno con le skills per risolvere un problema o svolgere un compito" ci spiega Romanzin. Ci sono anche i feedback reciproci, un po' come avviene per *ebay*. "Il mercato di riferimento è quello del Friuli Venezia Giulia, ma prevediamo anche l'estensione al Veneto dal 2017", aggiunge Romanzin. **Oscar Puntel**



### "REFOOD - LAST NOT LOST"

#### Condividere il cibo per ridurre lo spreco

**G**aleotto fu quel vasetto di sottaceti, già aperto e con l'olio rafferma, nei frigo dei ragazzi di Askii, software house di Udine. "E' stata una scintilla - ci spiega Gabriele Montanari, ceo -. Detesto buttar via il mangiare e leggere quale possa essere lo scampo legato all'eccesso di cibo e al poco amore verso se stessi". Quindi, l'idea: "Una piattaforma che consentisse di ridurre gli sprechi facendo leva sulla condivisione, che tenesse in considerazione anche il difficile momento economico e che fosse una valida opportunità di risparmio". Presto detto: "Refood - Last Not Lost" è l'ultimo nato in casa Askii. È un portale che sarà anche App per condividere il cibo che abbiamo in casa. "Last è il day, il giorno per poterlo consumare, 'Lost' è quello che non vogliamo e cioè che rischi di andare perduto, buttato. E che magari il mio vicino avrebbe volentieri scambiato quel prodotto con uno che serviva a me". Riassumendo: due uova in cambio di mezzo litro di latte, che altrimenti sarebbe finito nell'immondizia. Secondo l'ultima indagine del Politecnico di Milano, il cibo non venduto né mangiato in Italia è pari a 5,6 milioni di tonnellate. Secondo Coldiretti, ha un controvalore economico: 12,5 miliardi di euro. I ragazzi della software house

di via Molin Nuovo sono venti, fra soci e dipendenti. Il progetto è al momento solo una pagina web: <http://www.deltaaskii.com/refood>. Prenderà il via entro il 2016. "Il sito - racconta Montanari - è una vetrina informativa per attirare curiosi e potenziali



addetti ai lavori con l'obiettivo di voler costruire un'infrastruttura quanto più solida possibile che possa ambire a diventare una grande rete no profit dell'uso del cibo". Refood sarà gratuito e multipiattaforma. Avrà anche la tecnologia *beacon bluetooth*: particolari mollette (per chiudere confezioni aperte) dialogheranno direttamente con lo smartphone avvisando dell'imminente scadenza. Così, quel vasetto di sottaceti con l'olio rafferma non avrà più ragione di rimanere dimenticato in fondo al frigo. (o.p.)

### UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

**Direttore editoriale:**  
Giovanni Da Pozzo

**Direttore responsabile:**  
Chiara Pippo

**Caporedattore:**  
Davide Vicedomini

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

**Per scrivere alla redazione:**  
[udine.economia@ud.camcom.it](mailto:udine.economia@ud.camcom.it)

**Progetto grafico:**  
Colorstudio

**Impaginazione/Fotoliti:**  
CREATIVA INTERACTIVE  
COMMUNICATION - Tarcento

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

**Fotoservizi:**  
Foto Diego Petrusi - Udine

**Archivio:**  
C.C.I.A.A. - Antepima

Ecco come nasce il concetto di utilizzo piuttosto che di possesso e si diffonde una cultura collaborativa

## SHARING ECONOMY



### LA RICERCA #IOCONDIVIDO

# Se il valore è partecipato

Intervista a Eliana Guarnoni. Tra 2014 e 2015 + 22% di piattaforme di condivisione in Italia

Francesca Gatti

Una forma di consumo più consapevole che si basa sul riuso invece che sull'acquisto e sull'accesso, invece che sulla proprietà: è il "mantra" della sharing economy (SE), ovvero l'economia della condivisione, che si sta diffondendo sempre più velocemente anche in Italia favorita dall'impasse dei tradizionali modelli di scambio e dalla crescente penetrazione di social media e nuove tecnologie. Nasce il concetto di utilizzo piuttosto che di possesso e si diffonde una cultura collaborativa, facendo crescere il senso di appartenenza alla comunità.

Basta pensare al ride sharing di Uber, al nuovo scenario dell'ospitalità internazionale di Airbnb, al social eating di Gnammo.

Ecco perché Altroconsumo, la prima associazione italiana di consumatori, ha dedicato alla SE un'ampia ricerca con l'obiettivo di delinearne scenari di sostenibilità e un supporto legislativo che la tuteli e la regoli al tempo stesso. **Eliana Guarnoni** collabora con Altroconsumo dal 2005 ed è una delle autrici della ricerca "#IOCONDIVIDO - Sharing economy: quanto pesa sul valore è partecipato", tratta dallo studio internazionale "Collaboration or business? Collaborative consumption: unlocking its real value for the users" in collaborazione con Deco Proteste (Portogallo), Ocu (Spagna) e Test-Achat/Test-Aankoop (Belgio).

**Partiamo dai numeri italiani della SE emersi dalla ricerca.**

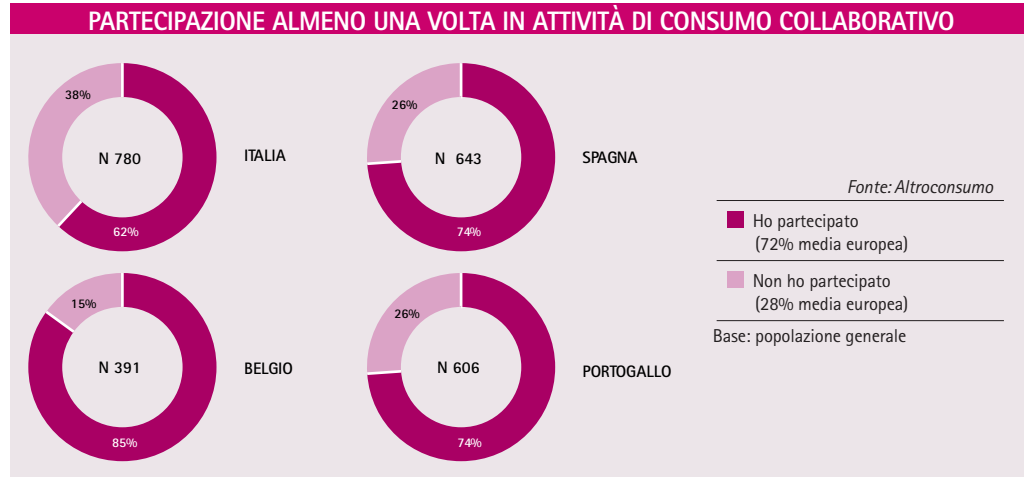
Tra il 2014 e il 2015 c'è stata una crescita del 22% delle piattaforme di condivisione in Italia, 21 nuove piattaforme per 118 totali. Il 62% degli intervistati dell'indagine di Altroconsumo.it (2.336 persone su un campione di 8.679) ha avuto esperienza di consumo collaborativo online e offline. Il grado di conoscenza della SE è molto elevato: il 62% degli italiani ha partecipato a questa attività e il grado di soddisfazione è alto. Il tasso di soddisfazione degli utenti, infatti, è compreso tra 8 e 10, dove 10 è considerato "molto soddisfacente". **I big della SE sono stranieri: esistono esempi italiani di successo?**

Gnammo, la "social-tavola" più conosciuta del web, è tutta italiana e organizza pranzi, cene ed eventi a casa propria o in qualsiasi location privata con 190mila gnammers. Va sicuramente citata DeRev.com, la piattaforma italiana di crowdfunding che si occupa solo di progetti utili alla comunità e che sta raccogliendo con successo i fondi per la ricostruzione della Città della Scienza di Napoli.

**Come cambia la relazione tra imprese e consumatori con la SE?**

Le piattaforme di consumo collaborativo si basano sul ruolo centrale dei prosumers, crasi tra Consumatore e Produttore: si tratta di un consumatore che offre qualcosa ad altri consumatori suoi pari (P2P) sconvolgendo le logiche classiche della domanda e dell'offerta e anche le norme applicabili.

La SE funziona spesso anche meglio del modello economico tradizionale perché permette in tempo reale un facile incontro tra domanda e offerta e l'utilizzo di risorse che altrimenti non



verrebbero utilizzate, le seconde case per esempio.

**Cambiano anche i diritti del consumatore?**

Sì, si tratta di uno scenario davvero complesso e mutevole: la sharing economy consente ad utenti e consumatori di trasformarsi da soggetti passivi in soggetti attivi, ottimizzando l'impiego delle proprie risorse e abbattendo i costi di possesso di beni fondamentali come la casa e l'automobile.

**Digital divide: quanto pesa sull'accesso ai servizi?**

Le barriere di entrata nella sharing economy sono molto basse, gli strumenti di cui gli utenti hanno bisogno sono pochi e accessibili.

Il digital divide però è di fatto un problema: gli utilizzatori rimangono in una fascia di età intermedia under 40 anni e l'Italia è 10 punti sotto la media Europea per l'accesso a internet. SE e "concorrenza leale" sono

tenuta a fare nulla quando invece, essendo intermediario, dovrebbe avere un giusto livello di responsabilità.

Secondo la nostra analisi alcune sono lacunose negli aspetti legali e nei termini e condizioni, nelle informazioni nelle diverse lingue o sul foro competente all'estero.

**Cosa servirebbe a livello legislativo?**

Nel luglio del 2015 Altroconsumo ha presentato il "Manifesto per una sharing economy sostenibile e rispettosa dei diritti dei consumatori" durante un evento a Roma che ha coinvolto i diversi soggetti del nuovo mercato da Uber a BlaBlaCar a Gnammo.

Il Manifesto, articolato in nove punti, chiede "al Parlamento, al Governo ed a tutti i decisori pubblici italiani ed europei di designare, con urgenza, una cornice normativa moderna, duttile e di principio che promuova



**Eliana Guarnoni "La sharing economy consente a utenti e consumatori di trasformarsi da soggetti passivi in soggetti attivi"**

**un binomio possibile?**

Sì, ma servono leggi ad hoc. In un momento di vuoto normativo come questo il rischio è che le decisioni si prendano nei tribunali a fronte degli interessi di una singola categoria come è successo per Uberpop.

Servono regole e principi per le aziende che iniziano ad operare nei servizi di interesse pubblico e norme per tutelare la giusta concorrenza.

Le piattaforme, per esempio, non hanno responsabilità sulle transazioni tra i loro utenti: alcune sono più virtuose ma solitamente la piattaforma non è

### IN CIFRE

#### Uso di internet, Italia è 10 punti sotto la media europea

fonte: Digital in 2016 di We Are Social

Penetrazione internet Italia: 63%

Penetrazione internet media EU: 73%

Penetrazione social media Italia: 47%

Penetrazione social media EU: 47%

Popolazione Italia che partecipa a SE: 62%

Grado di soddisfazione da utilizzo piattaforme SE: da 8 a 10

Suddivisione piattaforme SE:

46% network oriented: creano reti di users

28% transaction oriented: facilitano scambi

26% community oriented: creazione community con valori condivisi

### CRESCERE MAKERS

#### "Dove c'è condivisione, c'è democrazia"

Continua il nostro approfondimento sulla sharing economy e in questo numero ne abbiamo voluto parlare con Lorenzo Guasti, ingegnere e tecnologo di Indire (Istituto nazionale Documentazione Innovazione, Ricerca Educativa), attualmente referente del progetto di ricerca "Maker@Scuola" che studia il fenomeno dei "makers" in relazione agli scenari e alle influenze che genera nel sistema scolastico italiano.

**Guasti, dal suo punto d'osservazione, che cosa ne pensa della "Sharing economy"?**

"Sono un riformista, un ingegnere e quindi dove c'è condivisione, non posso che rilevare elementi positivi. Per me la sharing economy, una economia che parte dal basso, è un elemento di democrazia e permette di far emergere realtà che altrimenti non potrebbero avere accesso ai mercati. Penso al fenomeno del crowdfunding per esempio e lo metto in relazione con il mondo dei makers, dei fablab... sono aspetti che permettono ai giovani di poter usufruire di finanziamenti e risorse per realizzare, testare e promuovere i loro prototipi, le loro idee".

**C'è chi, però obietta che in questa maniera si possono venire a creare delle ripercussioni negative nel mondo del lavoro...**

"Stiamo parlando di un mondo di per se in continuamente in evoluzione, se da un lato si può rischiare di perdere occupazione nell'ambito industriale classico, dall'altra però si vengono a creare nuovi posti di lavoro in ambienti tipo makers place, studi di prototipazione, spin off...non credo si tratti di concorrenza dannosa quindi. Non vedo grossi rischi".

**Ci sono esempi in cui i due mondi sono riusciti a "contaminarsi"?**

"Penso ai casi di Rayban o

Nike, marchi mondiali che hanno colto ed hanno inglobato il pensiero dei makers applicandolo ai loro prodotti, trasformandoli quindi in oggetti personalizzati, a misura dei desideri del singolo cliente. E poi penso al mondo delle Stampanti 3D all'interno del quale convivono tranquillamente produttori "artigiani" che le realizzano nei Fablab con caratteristiche aperte, sistemi smontabili e rimontabili, finalità di studio...e poi ci sono le grosse aziende che fino ad alcuni anni fa costruivano macchine ad altissima specializzazione per ospedali, laboratori, industrie e che adesso hanno iniziato ad affiancare la produzione di stampanti 3D grazie al rispetto know-out, in questo caso con scopi e approcci diversi ovvero attraverso sistemi più ingegnerizzati destinati alla vendita in particolari ambiti dove per esempio servono rigore e assistenza".

**Come questa nuova economia della condivisione sta influenzando il sapere, il modo di apprendere e il mondo della scuola?**

"Il mondo dei makers sta coinvolgendo tantissimo la scuola. Non intendiamo certamente gli istituti tecnici o le scuole professionali dove questa filosofia è per sua natura già declinata agli studenti. Parliamo invece di scuole dell'infanzia e primarie, di bambini dai 5 anni in su verso i quali ci si è iniziati a porre con semplici software, stampanti elementari per costruire giocattoli, favorendo lo scambio della conoscenza e di un pensiero computazionale, che non è un termine davanti al quale spaventarsi perché si immagina dei ragazzi "allestiti" come robot, bensì siamo di fronte all'insegnamento, al suggerimento, attraverso un approccio analitico al problema, che lo scompone e lo risolve a cicli di miglioramento".

**Come si posiziona il Friuli**



Lorenzo Guasti

**all'interno del panorama nazionale dei makers?**

"Qui nella vostra regione come un po' in tutto il Nord est si percepisce grande dinamicità, voglia di mettersi in gioco, competenze e progetti interessanti, favoriti da un terreno storicamente fertile per innovazione, manualità, ingegno".

**Ma a livello normativo si sente tra gli operatori la necessità di interventi di regolamentazione?**

"Si tratta di un aspetto sicuramente da sviluppare, facendo però massima attenzione del rischio tutto italiano di normare troppo e quindi "ingessare" il sistema. Naturalmente il movimento dei makers opera rispettando già tutte le leggi in materia di sicurezza degli ambienti di lavoro, coperture assicurative...quello che forse manca è la certificazione delle macchine. Io mi occupo di stampanti 3D nelle scuole e mi accorgo che sono prodotti che accanto alle possibilità offerte per le sperimentazioni e prototipazioni, necessitano comunque di certificazioni per il loro utilizzo da parte di insegnanti e bambini. Allo stesso tempo questo aspetto non deve di certo "frenare" la loro natura dinamica, scomponibile ed assemblabile".

**David Zanirato**

La nuova sfida competitiva si gioca sulla connettività e sulla gestione intelligente dei dati

## IMPRESE



### BEANTECH

# Digitale è business

L'azienda sviluppa tecnologie e soluzioni per migliorare competitività

Il mondo dell'Information Technology per le aziende è cambiato: negli anni '90 si parlava di software e computer, nel 2000 comprendeva soluzioni operative, oggi significa risultati di business.

In tale scenario, beanTech è l'azienda friulana specializzata nell'IT che sviluppa tecnologie e soluzioni per migliorare competitività, aumentare la redditività e le occasioni di crescita dei clienti.

beanTech opera in tre diversi settori: infrastrutture, business analytics e sviluppo software. Settori ben distinti ma che possono intersecarsi all'interno di un'azienda per migliorare efficienza e redditività in tutti i mercati, dall'agricoltura all'ingegneria, dalla salute alla manifattura fino alle gestione del retail.

Il primo ambito operativo riguarda la gestione e l'evoluzione delle infrastrutture informatiche verso soluzioni cloud sicure e scalabili, la business analytics sfrutta tutta la potenzialità dei dati aziendali per indirizzare e supportare le strategie aziendali, mentre con lo sviluppo software beanTech crea applicazioni ad hoc per i propri clienti.

Molti di essi sono aziende leader nei rispettivi settori come Danieli Automation, PittaRosso, Comefri, VTP, San Marco, Goriziane Group.

«Il nostro obiettivo - spiega Fabiano Bendetti, presidente di beanTech - è di non essere un fornitore, ma un vero partner tecnologico che realizza soluzioni digitali in grado di migliorare il business ed aumentare quindi operatività, margini e ricavi delle aziende.»

La nuova sfida competitiva si gioca sulla connettività e sulla gestione intelligente dei dati: grazie agli strumenti della business analytics, ogni azienda può sfruttare quell'enorme ricchezza di informazioni che non arrivano solo da ordini, vendite e rete commerciale, ma sempre di più anche dal sito web, dalla rete e dai social media o da macchinari e



La squadra di Beantech. In basso, da sinistra David Crivellari di Hiref e il presidente di Smau Pierantonio Macola

dispositivi connessi. Social, Mobile, Analytics e Cloud, infatti, sono i pilastri della nuova competitività, sono gli elementi che hanno trasformato "geneticamente" i modelli di business negli ultimi anni.

Il futuro di beanTech è proiettato proprio verso questo scenario, verso l'industria 4.0 e l'Internet of Things che delineano una realtà in cui tutto è connesso e dove il dato diventa centrale rispetto al business.

Gli investimenti per il prossimo futuro dell'azienda infatti, forte del recente ingresso nell'asset societario della finanziaria regionale Friulia, comprendono crescita dimensionale e manageriale, il consolidamento del mercato nell'area del triveneto, investimenti nell'internazionalizzazione e nella ricerca e sviluppo.

beanTech, conta 45 addetti con un'età media di 33 anni, figure professionali altamente specializzate che provengono dalle Università della Regione: project manager, infrastrutture manager, software architect e anche data analyst e data scientist, ovvero chi si occupa di estrazione, trasformazione, modellazione ed interpretazione dei dati e

chi invece ne sviluppa modelli statistici avanzati e predittivi.

«trambi i settori un +20% non è una cosa semplice, ma richiede una specializzazione precisa: «Ogni marchio deve essere gestito da personale dedicato e qualificato: servono più analisi e più precisione - ammette Sina - e in questo senso abbiamo investito. Con Volvo, ad esempio, siamo tra i primi concessionari in Italia ad aver avviato un sistema di post vendita dedicato (il Volvo personal service), con il cliente che ha a disposizione sempre la stessa persona per le riparazioni del mezzo e per l'assistenza.»

Il Gruppo Ferri Auto è cresciuto in termini finanziari ma anche in termini organizzativi, migliorando soprattutto la parte gestionale e di controllo, a tal punto da poter verificare l'attività delle diverse filiali (accanto a quella di Tavagnacco ci sono le sedi di Trieste e Treviso) a distanza. «In azienda abbiamo il vantaggio di essere tre persone della famiglia: io in qualità di supervisor generale, mio figlio Simone che si occupa della parte commerciale e mia moglie per la parte finanziaria e am-

### IN CIFRE

300 clienti in 15 paesi

Anno fondazione: 2001

Addetti: 45

Sedi operative: 2

Clienti: oltre 300 in 15 paesi diversi

Fatturato 2015: 4,3 milioni di euro

Crescita su 2014: +18%

### CURIOSITÀ

## Il premio innovazione Smau 2016

È grazie alle soluzioni per la virtualizzazione delle workstation grafiche sviluppate da beanTech che la Hiref di Tribano ha vinto il Premio Innovazione Smau 2016. Si tratta di un riconoscimento importante, promosso da Smau che ogni anno individua e premia i migliori esempi d'innovazione informatica.

HiRef, produttore di scambiatori di calore e impianti di refrigerazione, ha rivoluzionato il proprio ufficio di progettazione 3D sostituendo tutte le postazioni grafiche con la soluzione virtualizzata proposta da beanTech, centralizzando la potenza grafica e di calcolo sul server e riducendo i costi legati all'obsolescenza dell'hardware. Il nuovo modello di business del futuro è quello che permette di lavorare

anche da remoto, da qualsiasi dispositivo, collegandosi via wifi al server aziendale dove la gestione è centralizzata e il controllo è garantito.

La potenza richiesta dai programmi aumenta ogni anno e spesso supera la capacità di calcolo dei singoli computer. «Invece di sostituire le singole macchine, abbiamo scelto la strada più innovativa, quella di virtualizzare», spiega David Crivellari, IT manager di HiRef. Risultato: un unico timone per manovrare tutte le postazioni di lavoro, meno costi di gestione, meno consumi di energia, aumento delle performance, sicurezza dei dati, massima affidabilità di sistema, drastico abbassamento dei tempi e dei costi di manutenzione.

ministrativa. Posso contare, inoltre - chiude Sina - su un gruppo di validi collaboratori».

Negli ultimi due anni il mercato dell'auto è in ripresa e nel 2015 l'aumento delle vendite sfiorerà il 15%, grazie soprattutto al ritorno del cliente privato. «In questo contesto - evidenzia Giorgio Sina - abbiamo cercato di sviluppare un lavoro mirato su internet, e grazie a questa attività on line, portata avanti da persone dedicate, il 20% di quanto vendiamo è merito proprio di internet».

Ma cosa cerca l'acquirente di un'automobile oggi? Sina ha le idee chiare: «Contano il prezzo, la sicurezza, il design, ma il cliente cerca soprattutto un'azienda capace di ascoltarlo e di soddisfare le sue richieste con professionalità: per noi oggettivo di internet».

Ma cosa cerca l'acquirente di un'automobile oggi? Sina ha le idee chiare: «Contano il prezzo, la sicurezza, il design, ma il cliente cerca soprattutto un'azienda capace di ascoltarlo e di soddisfare le sue richieste con professionalità: per noi ogni auto che vendiamo è un vestito sartoriale fatto su misura per ogni cliente».



### CATTELAN

In piazzetta Belloni. E da poco è aperto un nuovo punto vendita

## Un inno all'eleganza e allo stile



La qualità paga sempre, soprattutto se un negozio ha la fortuna di essere storico di nome e di fatto. Parliamo di Cattelan, nome di riferimento fra i negozi di abbigliamento del centro città che dal 1987 si trova in piazzetta Belloni, vicino al Duomo.

«Il primo negozio - racconta la titolare, l'elegante signora Renata Cattelan - si trovava in via Vittorio Veneto ma non era affatto nato come rivenditore di abbigliamento, bensì di ricambi d'auto».

E come si arriva a ideare e realizzare un negozio di abbigliamento di alta qualità? Parten-

do da uno di chiaro interesse maschile ce lo racconta ancora la signora Renata: «Ho capito subito che non era solo quello il mio interesse e ho ritagliato all'interno dello spazio in Via Veneto una zona per la vendita di abbigliamento e accessori e l'idea è stata buona, dato che mi sono dovuta subito allargare e trasferire in via Stringher dove sono stata dieci anni, dal 1977 al 1987».

E le cose sono continuate ad andare bene grazie all'entusiasmo della signora Renata e di sua figlia Francesca, tanto che nel 1987 Cattelan si trasferisce ancora nell'attuale sede di

piazzetta Belloni, in uno spazio che rispecchia perfettamente la bellezza degli abiti e degli accessori esposti. «Il negozio qui - racconta ancora la signora Renata con giusto orgoglio - dove lavorano due dipendenti a tempo pieno e una part time -, è stato pensato dall'architetto Gino Valle e i mobili sono dei prototipi della Fantoni». Il risultato è un inno all'eleganza e allo stile, con finiture lineari e sobrio cromatismo, regna un bianco dai contorni netti, con espositori ordinati e spaziosi, sia per la parte dedicata alle signore, al piano terra che per quella dedicata anche agli uomini, al piano di sotto.

E la crisi ha scalfito la clientela di un punto fermo storico nel acquisto dell'abbigliamento come Cattelan? Risponde sempre la signora Renata: «La crisi non ci ha toccato tanto quanto, purtroppo, la restrizione al traffico - aggiunge la titolare - che ha tolto la possibilità ai clienti di parcheggiare qui vicino e crea molto danno e disagio a tutti i negozi del centro. Noi continuiamo con il consueto ottimismo e con la nostra passione ma bisognerebbe risolvere il problema per premiare di nuovo il sacrificio e il lavoro

di chi si è dato da fare una vita per proporre prodotti di qualità al giusto prezzo». Entrando nello specifico dell'assortimento, in negozio si trovano abbigliamento donna e uomo in un'affascinante collezione di vestiti da giorno casual e di tendenza e insieme a questi anche abbigliamento più informale chic e a completamento di questo anche cinture, accessori per l'abbigliamento, capispalla ve-

**Il primo negozio si trovava in via Vittorio Veneto, ma era specializzato nei ricambi d'auto**

stiti firmati, camicie, alta moda sportiva, abiti uomo. Molti clienti sono abituali, perché da anni conoscono la qualità dei prodotti, altri conoscono Cattelan da meno anni ma ci si sono subito trovati bene, in ogni caso il range d'età, soprattutto per quanto riguarda la donna è dai 30 in su, una clientela cioè adulta e matura nelle sue scelte di eleganza. Scelte azzeccate dunque se Cattelan è

riuscito ad aprire da poco un secondo punto vendita, sempre in centro, a pochi passi dal primo, con il nome di Cattelan Bis: «Anche questo nostro negozio è figlio del nostro modo di pensare - precisa ancora la signora Renata - diciamo che è un altro modo per dimostrare alla città che siamo a Udine dagli anni '60 per proporre una moda "pret à porter", un nuovo concetto del vestire, più vicino alle esigenze dinamiche

della donna moderna». Alla fine, conclude la titolare, la formula vincente è sempre quella e cioè una costante attenzione alla ricerca delle nuove proposte di moda, come alla qualità dei materiali, all'eccellenza nei particolari e all'assistenza garantita alla propria clientela. Tutto questo rappresenta e continuerà a rappresentare i cardini del nostro credo commerciale».

Valentina Coluccia



Raffinatezza ed eleganza per una clientela medio-alta

## IMPRESE



### HOSTARIA ALLA TAVERNETTA

# Cucina internazionale

Non solo un menù in varie lingue ma anche un'offerta enogastronomica che si allarga all'Europa

Adriano Del Fabro

**P**unto primo: radicarsi in Friuli con un servizio di ristoro territoriale offerto con competenza, cortesia e gentilezza; punto secondo: migliorarsi costantemente; punto terzo: ricercare i partner di qualità con cui condividere un percorso di ristorazione emozionante e solido; punto quarto: svilupparsi senza tradire le origini; punto quinto: espandere la chioma dell'albero della conoscenza gastronomica regionale anche verso il resto d'Europa. Sono i comandamenti sulla quale si è sviluppata la filosofia dell'"Hostaria Alla Tavernetta", di Udine, governata da Roberto e Giuliana Romano, con il figlio Matteo. Una bella nave che loro portano di porto in porto, dal 2003 quando l'hanno acquistata per farla diventare uno dei locali più frequentati della città e amata da famiglie, businessman e turisti di ogni dove (Matteo parla correntemente inglese e il menù, oltre che in italiano, è scritto anche in inglese e tedesco: una rarità per Udine, città dell'Alpe Adria).

Roberto è figlio di Rosilio, creatore della famosa "Conca d'oro" di Gonars: un locale che, negli anni Sessanta, fece epoca e di cui molti, ancora, parlano con rimpianto. Poi la famiglia ebbe il ristorante "Al ponte", di Mortegliano.

#### Questa è la Tavernetta

La Tavernetta è molto accogliente, piena di calore grazie a un arredo ben curato. Mobili d'epoca, questi ultimi, in particolare, nelle tre sale al primo piano, dove si apre anche una graziosa e tranquilla terrazza per mangiare all'aperto, a due passi dal Duomo. Ci sono gli scaffali a specchio, i pavimenti e i tavoli di legno, come il vecchio



banco di mescita e i fiori sono sempre freschi. All'entrata non manca mai un gran cesto di vimini colmo di mele.

Prima di parlare della cucina, guidata dallo chef Antonio Mereu, che collabora con i Romano da sempre, occorre raccontare della cura nel servizio che offre questo ristorante. Davvero ottimo, con una spontanea propensione a "coccolare" il cliente, dall'ingresso ai saluti. Questo fa piacere in un momento in cui, sbagliando, molti operatori pensano che, al cliente, basta riempire i piatti di cose buone e il servizio sia un semplice accessorio. Qui, invece, è un punto che fa la differenza e segna il Dna dei proprietari.

La cucina di Antonio, sardo di famiglia, ma friulano di nascita, è costruita sulla continua collaborazione con Roberto e ha una forte matrice regionale. Si compone di un menù fisso e uno che ruota con piatti stagionali, che prevedono anche proposte di pesce (trota friulana compresa), pur se in quantità più limitate rispetto alle carni. Sempre in menù il guanciale di vitellone al Refosco e la coscia d'oca cotta nel suo grasso.

La primavera si presenta con i



classici orzotti alle erbe e tante ricette con gli asparagi, tra cui il petto di faraona. Tra i salumi: la soppressa di Pantianico con la polenta, il prosciutto crudo di d'Osvaldo di Cormons, quello di Pralongo di San Daniele e il cotto di Trieste servito col rafano. I primi sono classici: orzo e fagioli, cjalçons di Carnia, ravioli fatti in casa. La cantina è improntata sui vini friulani con una predilezione per le varietà autoctone e uno sguardo alle più importanti etichette italiane (bollicine comprese) e internazionali.

#### Lo sbarco a Udine

In origine, nel 1954, la Tavernetta era la classica osteria friulana del centro udinese, valida sosta per un tajut in compagnia. Dopo vari passaggi di proprietà, anche con nomi importanti, nel 2003 il locale è stato acquistato dai Romano con una idea ben chiara in testa: mantenere il fascino dell'antica osteria, con la sua insegna in ferro battuto, gli arredi e la sua fisionomia conviviale, ma improntarlo sulla cucina tipica sapientemente spruzzata di raffinatezza ed eleganza, proposto a una clientela medio-alta. La ricetta ha funzionato e, nel 2011, è stata anche premiata con la consegna della targa

#### IN CIFRE

150 vini in cantina

Anno di apertura: 2003

Numero di coperti: 90

Mesi di apertura: 12

Vini in cantina: 150

33100 Udine

via A. Di Prampero 2

Tel. 0432.501066

www.allatavernetta.com;

info@allatavernetta.com

Giorni di chiusura:

domenica e lunedì

assegnata dalla Ciaa di Udine che distingue i locali dove "Qui si mangia friulano".

E adesso?

«Siamo costantemente attivi e aperti a qualcosa di nuovo e di aderente ai gusti della clientela che mutano rapidamente - spiega Roberto -. I pranzi sono sempre più leggeri e i nostri menù rispecchiano tale tendenza. Siamo cercando di migliorare ulteriormente la presentazione dei nostri piatti e di adeguare il menù alle esigenze vegetariane di una parte significativa dei consumatori. Anche i sondaggi sul territorio proseguono alla ricerca di quei prodotti e quegli artigiani dell'agroalimentare che si sposano con la nostra filosofia di qualità e proposta territoriale. Pochi mesi fa, infine, abbiamo ultimato i lavori di ampliamento della cucina e del piano superiore per offrire servizi ancora migliori alla clientela locale e internazionale che ci viene a trovare».



#### CURIOSITÀ

### La missione a Belgrado

**L**incontro della Tavernetta con il ristorante "Druga Piazza" di Belgrado, gestito da Srdjan "Sergio" Stojanovic e Aleksandar "Sasha" Skipic (unico locale al di fuori dell'Italia al quale è stata assegnata la targa camerale del "Qui si mangia friulano" e premiato dalla rivista serba CafeBar come uno dei migliori 12 ristoranti del Paese), curato nei minimi dettagli da Matteo Romano, ha rappresentato la prima "missione estera" del ristorante udinese, ma non resterà un fatto isolato. «La mia idea - conferma Matteo - è che in Europa c'è molta "fame" di Friuli che noi vogliamo cercare di soddisfare, almeno in parte. Pensiamo di raccordarci anche con l'ente "Friuli nel Mondo" per far partecipare a questi eventi i nostri coregionali che si raccolgono nei Fogolârs Furlans».



Foto di gruppo a Belgrado

Tornando all'esperienza serba, con Antonio ai fornelli "fuori casa", il primo fine settimana di aprile, lo staff della Tavernetta ha organizzato una cena per 70 ospiti a base di prodotti friulani d'eccellenza, accompagnati dai vini di Rodaro e Livon, le spezie di Schianchi di Manzano, il prosciutto di D'Osvaldo, i prodotti del panificio Bacchetti di Udine, il sorbetto e le ice cream drops al pistacchio siciliano e al cioccolato di Della Negra di Mortegliano.

### "IL BACARO RISORTO" Un sorso di vino accompagnato dai "cicchetti"



## Un piccolo angolo di Venezia in Friuli

**F**ine 2014, una stanza vuota in via Aquileia 45 a Udine, lì dove c'era stata, fino a un po' di tempo prima, una pizzeria al taglio.

In 17 giorni Daniel Bortolato e Tatiana Petris, letteralmente con le loro mani, la trasformano in un'osteria. Stavolta niente frico, brovada e musetto.

"Il Bacaro Risorto" è un piccolo angolo di Venezia in Friuli. Un veneziano, assicura Daniel, «non troverebbe alcuna differenza».

Non sorprenda il fatto che la riproduzione è sostanzialmente perfetta. Il titolare è di Noale, comune della città metropolitana di Venezia. Per vent'anni, racconta, ha fatto un altro lavoro, nel settore dell'artigianato: «Costruivo locali pubblici». In giro per l'Italia, da Nord a Sud, l'incontro con Tatiana, carnica di Ampezzo, avviene casualmente in via Cussignacco a Udine, all'osteria al Canarino, dove lei lavorava.

Un incontro che avvia una storia di coppia, fino al matrimonio. E al successivo cambio di attività. «Ero stanco di un'economia che non asseconda gli sforzi delle picco-

le imprese.

E così ho deciso di cambiare», dice Daniel. Dalle parole ai fatti, inizia l'avventura con un'idea che, in città, è tutta nuova. Poco più di due settimane di lavoro e, il 29 novembre di due anni fa, via Aquileia battezza "Il Bacaro Risorto". «Abbiamo aggiunto quell'aggettivo in riferimento alla Fenice. Ci sembrava giusto che, anche a Udine, risorgesse un bacaro».

Un termine che Bortolato ritiene derivare, più che da Bacco, il dio del vino, da un modo di dire di Venezia, dove si racconta che un gondoliere, sorvegliando un bicchiere, abbia commentato un giorno: «Xe proprio un vin de bacaro».

Vale a dire un vino adatto alla festa dato che "far bacara", sempre in veneziano, significa appunto fare baldoria. Tipica osteria delle calli, dunque, interni in legno, oggetti, insegne, immagini della Serenissima, "Il Bacaro Risorto" mostra la sua offerta appena varcata la porta, in un bancone che contiene ogni mattina i "cicchetti".

Dal latino "ciccus", ovvero "piccola quantità", si tratta

di assaggi, sul pane o infilati in uno spiedino, di vari tipi di pesce: dal baccalà mantecato alle sardine, dalle vongole alle chioccioline di mare, dai moscardini al salmone.

Tutto da mangiare in piedi o nei pochi posti a sedere. Ma, assicurano i gestori, «non ci sentiamo penalizzati dagli spazi ristretti. Anzi, sono il valore aggiunto del locale».

A Venezia, solitamente, il bacaro o non ha il bagno perché non ci sta o ce l'ha pubblico. Ma se a Venezia, al bacaro, ci andavano gli operai a fine lavoro, «per cicchettare e bere l'ombra», oggi a Udine ci vanno un po' tutti: «La nostra clientela va dal giovane all'anziano. È bellissimo vedere le signore di una certa età che chiedono il bicchiere di vino e il cicchetto».

Per chi riesce a conquistare sedia e tavolo (i coperti sono circa una ventina) c'è la possibilità di mangiare anche un primo.

Un'offerta unica che cambia ogni giorno: si alternano bigoli in salsa, gnocchi con la granseola, ravioli con gli scampi, pasticcio di pesce, tagliolini neri con canestrel-

li, orata o nero di seppia, spaghetti con vongole o scampi.

Pesce fresco il cui fornitore, oltre all'ittica Quarnero di Udine, è il mercato cittadino del giovedì e del sabato. «Roberto, il mestrino, ci porta il pesce dal Veneto».

A cucinare è proprio Daniel. Il maestro? «Mamma Mirella».

Quanto al vino, le bollicine servite sono il Servo Val dell'azienda Colsal di Valdobbiadene, mentre per la spina (Tocai e Merlot) ci si affida a Scolari di San Lorenzo Isontino.

In bottiglia spuntano Simon di Brazzan, Ferlat, Masut da rive e Ronchi di Manzano. E poi c'è il Raboso, vitigno autoctono del Veneto, che viene versato nel coccio.

Si apre alle 8.30 del mattino fino alle 9 di sera, qualcosa in più nel fine settimana.

Si chiude la domenica e il lunedì.

"Il Bacaro Risorto" (telefono 0432/1500505) ha una pagina Facebook che ospita quotidianamente foto e descrizioni dei piatti di giornata.

Marco Ballico

Tra i principali importatori di legno, leader per legnami, pavimenti e pannelli e da ormai 50 anni sulla "piazza"

## IMPRESE



LUVISONI

# Natura e qualità

Le materie prime arrivano dalle segherie estere, e, dopo la lavorazione, l'azienda vende i prodotti

Giulia Zanella

Nella sua apparente "semplicità" custodisce un mondo che ancora oggi è in grado di sorprendere per i suoi molteplici utilizzi. Un colore, un tatto, un profumo che rievocano sensazioni e ricordano boschi, laghi, riserve. Natura.

Il legno è una tra le materie prime più nobili ed è stato protagonista dell'evoluzione artistica, urbanistica, nonché tecnologica dell'umanità. Ed è nel cuore del Friuli che sorge una piccola impresa che di questo materiale ha fatto la sua fortuna. Tra i principali importatori di legno, leader per legnami, pavimenti e pannelli e da ormai 50 anni sulla "piazza", l'azienda G. Luvisoni & Co, con sede a Martignacco in via Spilimbergo, rappresenta un'eccellenza del territorio.

Le materie prime arrivano dalle segherie americane, africane, asiatiche ed europee e, dopo una prima lavorazione, l'azienda friulana vende i prodotti alle industrie e agli artigiani del settore, dando la possibilità anche ai privati di acquistarli proprio nella sede dello stabilimento.

Il calore del legno e la straordinaria varietà delle sue forme sono tuttora alla base delle creazioni di designer, arredatori, architetti di ogni parte del mondo. "Noi al legno abbiamo dedicato la nostra vita ed è diventato la nostra seconda natura - spiega Piero, oggi amministratore delegato dell'azienda che gestisce assieme al padre Giuliano, il fondatore, alla sorella Anna Teresa con il marito Andrea, e ai cugini Alessandro e Antonio Caprile -. Abbiamo imparato a gestire ogni aspetto della sua commercializzazione: dal ri-



goroso controllo delle fonti di approvvigionamento al trasporto, dallo stoccaggio all'avanguardia alle lavorazioni in sede (taglio, evaporazione, essiccazione), dalle spedizioni dirette alle consegne su misura".

Negli anni Sessanta Giuliano Luvisoni, cominciò a commercializzare legname proveniente dalla vicina Austria,

ma nel tempo il mercato si è espanso, le esigenze sono cambiate e anche l'impresa friulana ha iniziato a guardare sempre più lontano, a proporre tipi di legnami diversi e ampliare l'offerta per soddisfare la richiesta dei diversi clienti.

Negli anni Ottanta è stato aperto un magazzino a Trieste, per agevolare i traffici

con Indonesia, Malesia, Africa e Nord America, pur rimanendo un punto di riferimento per falegnamerie e arredatori del Nord e Centro Italia. Anche a Udine gli imprenditori - correvano gli anni Duemila - decisero di ampliare gli spazi (inizialmente la sede era in via Fabio di Maniago) e si trasferirono nel nuovo stabilimento di Martignacco, più capiente, moderno ed efficiente.

Nel corso del tempo la G. Luvisoni ha investito molto in macchinari e impianti, rimanendo al passo con i tempi e anche con la crisi, nonostante la recessione abbia colpito senza pietà il settore dell'edilizia, l'impresa ha resistito e ha superato le fasi più critiche, grazie a una politica di contenimento dei costi, una maggiore diversificazione dei prodotti e dei servizi e un occhio sempre più attento alla clientela.

CURIOSITÀ

## Una passione nata nel 1966

Una passione in grado di contagiare tutta la famiglia. Una realtà aziendale che, passo dopo passo, è riuscita ad affermarsi nel mercato mondiale della commercializzazione del legno. Era il 1 aprile 1966 quando Giuliano Luvisoni, oggi 87 anni, decise di mettere in piedi l'impresa, facendosi affiancare in un secondo momento dal cognato Wilde Caprile. Un sogno che aveva sin da quand'era piccolino e, durante i viaggi in treno da Udine a Tarvisio, accanto al padre, fantasticava davanti al legname accatastato ai margini delle rotaie. Un sogno che si è avverato e che all'inizio del mese ha permesso di tagliare un traguardo importante, quello dei 50 anni di attività, un'occasione per festeggiare soprattutto un successo di famiglia. "Oggi abbiamo incrementato il numero dei nostri clienti - osserva il figlio Piero -. Il legname è una materia prima preziosa, difficilmente reperibile, scarsa e proviene spesso da terre remote". Motivo di orgoglio dell'impresa friulana sono anche le certificazioni, ottenute per garantire alla propria clientela che il legname trattato proviene da fonti controllate.

Dopo le certificazioni FSC (Forest Stewardship Council) e PEFC (Programme for endorsement of Forest Certification) che riguardano la sostenibilità ambientale, nel 2014 la G. Luvisoni ha ricevuto la certificazione "Operatore LegnOk", per assicurare l'uso corretto del sistema in grado di valutare la legalità del legname importato, come peraltro previsto e richiesto dal regolamento europeo recentemente introdotto. Serietà, correttezza e affidabilità sono poi sempre state alla base della politica aziendale per la G. Luvisoni che vanta relazioni e rapporti commerciali con fornitori, clienti e collaboratori ormai in piedi da decenni, e rappresentano, ancora oggi, lo zoccolo duro del successo imprenditoriale. "La meta dei 50 anni è stato un traguardo importante. L'occasione, ancora una volta, per festeggiare un sogno che sono riuscito a realizzare - sono state le parole di Giuliano Luvisoni -. Ma questa meta dev'essere solo un punto di partenza per proiettarsi e lanciarsi in un futuro, speriamo, sempre più luminoso". (g.z.)



APOKALYPSEINC

Una start up ospitata all'interno di Friuli Innovazione

# Il fantastico mondo dei giochi da tavolo

Giocatori di lunga data, editori da poco più di un anno, Cristian Mungherli, Sergio Tomat e Manlio Zaninotti fondano Apokalypseinc srl nel 2015. Orgogliosi di vedere la propria azienda, nata come Start Up Innovativa, ospitata all'interno di Friuli Innovazione, presso il Parco Scientifico e Tecnologico "Luigi Danieli" di Udine. L'attività principale di Apokalypseinc è quella di creare e produrre giochi da tavolo caratterizzati da una forte ambientazione, da meccaniche solide e da una veste grafica di altissimo livello. Tutto è iniziato quando la mente ludico-creativa di Manlio Zaninotti, unita alle visioni di Maurizio Faleschini (art director di Apokalypseinc), sviluppò il primo gioco della casa editrice: The Producer (1940-1944), ambientato nella Hollywood della prima metà degli anni Quaranta, in cui ogni giocatore impersona il ruolo di un produttore cinematografico. Creando i propri studi di posa, ingaggiando star, registi e attori "non protagonisti",



scegliendo i film, ogni giocatore cercherà di vincere il maggior numero di Oscar alla fine di ogni anno. Essendo un gioco basato su personaggi e film realmente esistiti, in The Producer potrà anche accadere che l'immenso "Quarto potere" di Orson Welles venga interpretato, ad esempio, da Gianni e Pinotto. Dopo la presentazione fatta nel 2015 al Far

East Film Festival, The Producer ha ricevuto pareri entusiasti dagli esperti del settore per le meccaniche di gioco, la qualità delle illustrazioni e la scelta dei materiali. Nel 2015 si sono aggiunti altri due titoli: Sukkub, gioco "rompicapo" di ambientazione cirkense, e Ophiuchus, la tredicesima costellazione, dalla meccanica affine al domino, in

cui i giocatori danno vita a originali costellazioni astrali. Le ultime uscite presentate alla scorsa Play di Modena (la più importante convention italiana sul gioco intelligente, svoltasi alcuni giorni fa) sono state CiVi, un intrigante gioco nel quale è necessario cercare, trovare e tenere

**Tutti i soci sono ideati da game designer italiani, mentre soci, autori e grafici sono friulani**

per un certo numero di turni un lavoro, Crazy Brother, gioco educativo sviluppato in collaborazione con il Politecnico di Milano, e Sparafurmiis (Sparafurmiis in friulano), una sorta di gioco delle pulci evoluto, in cui delle formiche devono cercare di rubare le briciole dal cestino del picnic di una famiglia in scampagnata. Alla Play è stata presentata anche una novità at-

tualmente presente sul noto sito di crowdfunding Kickstarter: Bucks, bullets and flowers. E altre interessanti idee vedranno la luce nei prossimi mesi. Tutti i giochi di Apokalypseinc sono ideati da game designer italiani, mentre soci, autori e grafici dell'azienda sono tutti residenti nella nostra regione. Da pochi giorni è stato concluso un accordo con uno dei più importanti distributori italiani, Raven Distribution, che porterà i giochi marchiatosi con il "dado teschio" in ogni negozio specializzato in giochi intelligenti della penisola. Ma Apokalypseinc Games non è solo questo. Dietro i giochi da tavolo, oltre a quello di grafici e autori, c'è il lavoro di una squadra di psicologi cognitivisti, informatici, programmatori, guidata dal matematico teorico Cristian Mungherli. Un attento lavoro di bilanciamento matematico e di studio statistico e cognitivo, contribuiscono a rendere l'esperienza di gioco appagante e particolare.

Gino Grillo

CURIOSITÀ

## I giocatori - gangster

Bucks, bullets and flowers è un gioco da tavolo ambientato nella Chicago dei ruggenti anni '20. I giocatori-gangster dovranno prendere il controllo della città attraverso una miscela perfetta di storia del crimine organizzato, pianificazione strategica e imprevedibili colpi di scena. Il gioco è un mix di meccaniche che combinano elementi strategici, come il piazzamento dei propri gangster sul territorio (un tabellone che riproduce una piantina stilizzata di Chicago), e altri casuali, come la pesca di "carte azione" e "carte evento". Apokalypseinc ricorrerà al crowdfunding: una campagna di finanziamento collettivo tramite contributi raccolti via web. La campagna è ospitata sul portale USA [www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com) e terminerà il prossimo 10 maggio. Se la campagna andrà a buon fine, i sottoscrittori riceveranno una copia del gioco. I più generosi avranno la versione 3D con miniature degli edifici e dei boss, e parte del materiale di gioco personalizzato con la propria effigie. (g.g.)

Oltre sessanta le aziende che hanno partecipato all'evento, 44 dalla provincia di Udine e 20 da quella di Pordenone

## SALONE DEL MOBILE



### IL BILANCIO

# La sedia torna protagonista

Si è registrato un incremento d'afflusso pari al 20%. Incoraggiante la presenza di orientali

Lucia Aviani

Contaminazione. E razionalità, parallelamente. Si cercasse una sintesi potrebbe essere questa. Il Salone del Mobile di Milano 2016, edizione numero 55, ha guardato al mondo (non che sia una novità, ma con la tendenza si è consolidata ed espansa) e al buon senso, diciamo così. Ovvero: ha cercato di catturare influenze (veicolando in primis il messaggio della sostenibilità ambientale) ma sempre nel segno della comodità, della praticità, pur con un'imprescindibile, marcata attenzione al design e, ovviamente - non se ne può certo prescindere -, all'innovazione tecnologica. In definitiva: arte, certo (perché di questo si tratta, a tutti gli effetti), ma con l'occhio ben puntato all'impiego dei singoli elementi d'arredo, per far sì che i medesimi intercettino e soddisfino le necessità del vivere quotidiano, in casa come in ufficio. A forme e modelli "classici", frutto della cultura europea, si sono accostate proposte (ed eccoci così alla contaminazione di cui sopra) da Est, dalle civiltà orientali. In Fiera il mondo, si diceva. In senso geografico e metaforico, perché di mondo si può parlare anche per il palinsesto espositivo, infinitamente variegato e denso di spunti, si trattasse di poltrone e divani o di lampade (un esempio per tutte: le luci che evocano, con le



loro forme, strumenti musicali, di sedili, di cassettoni, librerie, cucine, bagni. E via discorrendo. E in questo tourbillon di fogge, idee, "visioni" (perché lo sguardo è costantemente proteso al futuro, alla casa di domani) si è innestato lo spaccato friulano, una filiera che ha saputo resistere ai morsi della crisi economica e che ha presentato con orgoglio il proprio meglio, l'eccellenza del mobile Fvg. Oltre sessanta le aziende che hanno partecipato all'evento, 44 dalla provincia di Udine e 20 da quella di Pordenone. L'occasione era preziosa, superfluo dirlo - il prestigio della vetrina parla da solo -, per un comparto che, appunto, ha saputo tenere la barra a dritta anche negli anni del ristagno dei consumi e che oggi risulta uno dei rami trainanti dell'economia nostrana. La branca legno-arredo è al secondo posto, in regione, dopo la meccanica: vanta 2.500 imprese (di cui 1.500 in provincia di Udine), che esportano per un valore di 1,29 miliardi di euro. Il consuntivo dell'esperienza al Salone 2016, per la delegazione Fvg, è decisamente a tinte rosee. «Rispetto allo scorso anno - dichiara Franco Di Fonzo, ai vertici del Gruppo Legno, Mobile e Sedia di Confindustria

Udine - si è registrato un incremento d'afflusso pari al 20%. Consistente e incoraggiante la presenza di orientali: la nuova frontiera, per l'arredo, è proprio l'Est, a cominciare dalla Cina; Federlegno sta facendo un ottimo lavoro, al riguardo. Ma abbiamo notato pure una forte ripresa degli arrivi di americani, che nel 2015 erano mancati. Milano si è riconfermata capitale mondiale dell'arredamento e del design». Il pubblico, prosegue Di Fonzo, vuole «novità, specie in relazione ai materiali, e naturalmente qualità»: «Il prezzo - rileva - non è più in testa alla scaletta delle domande dei visitatori. Si cerca l'Italian style. Peccato che delle potenzialità di quest'ultimo (apprezzato ovunque, su scala planetaria) non ci sia ancora, nella penisola, sufficiente consapevolezza. Il nostro comparto si sta impegnando per la promozione all'estero, ma si ritrova a operare da solo. Manca, completamente, l'appoggio delle istituzioni, che sarebbe invece determinante». Unica nota dolente, a chiusura della "pagina" milanese, «gli alberghi: vergognosa e tutt'altro che strategica - polemizza Di Fonzo - la tendenza, generalizzata, a quadruplicare i prezzi per l'occasione».



Franco Di Fonzo

### CATAS

## Esperti internazionali a confronto

Eccellenza italiana, il Catas. Il grado di considerazione di cui gode, su scala nazionale e ben oltre, l'istituto di San Giovanni al Natissone, leader nel campo della certificazione, della ricerca e delle prove nel settore del legno-arredo, viene comprovato dalla scelta di svolgere proprio in tale location un workshop di nicchia (tenutosi di recente, alla fine di marzo) dedicato a un team di tecnici provenienti da aziende di tutta Europa (a cominciare da Inghilterra, Germania, Francia, Norvegia e Svezia) e delegati all'attività di normazione in ambito, appunto, europeo. I lavori hanno coinvolto una quindicina di esperti e si sono concentrati sui metodi di prova per verificare la sicurezza, la resistenza e la durata di sedie e mobili in genere,

focalizzandosi - in particolare - sull'analisi di dettaglio di un aspetto specifico della normativa EN 1022 per le sedute, sia domestiche che per contract e per ufficio. Obiettivo dell'esperienza

**Ogni anno sono più di 1300 le imprese italiane del legno che si rivolgono al centro di ricerca-sviluppo**

za, spiegano dal Catas, era «studiare in termini pratici il metodo di sperimentazione più idoneo, al fine di inserirlo nella prossima revisione della norma tecnica». Scontata la soddisfazione dei vertici dell'istituto per la fiducia accordata allo stesso dagli organizza-

tori dell'evento: «La decisione di promuovere questo workshop internazionale nella nostra sede - dichiara il direttore Andrea Giavon - deriva dal fatto che il Catas è identificato come il laboratorio dotato del maggior numero di "casi studio" provati negli anni. Da sempre crediamo e investiamo nell'attività di normazione: ricordo che i nostri specialisti fanno parte di vari gruppi incaricati di operare nel settore in ambito italiano, europeo e non solo». Ogni anno sono più di 1300 le imprese italiane del legno, del mobile, dell'arredamento e dei campi collegati che si rivolgono al centro di ricerca-sviluppo del Catas per effettuare test sui materiali, sui componenti e sul prodotto finito.

l.a.

### IL FUORI SALONE

## 6 imprese, 350 colonne di legno: ecco la "Radura" in città

Una "Radura" in città, per offrire «una nuova idea di spazio pubblico»: posto sotto l'egida del Consorzio Innova Fvg e della Regione e firmato dall'architetto Stefano Boeri, il progetto ha preso corpo nel Fuori Salone di Milano, per la precisione nel cortile della Farmacia, all'interno dell'Università Statale. E spieghiamo bene, allora, cos'è "Radura": «È un cerchio di 350 colonne di legno, di altezze diverse - racconta l'ideatore della creazione -, accostate in modo da formare una soglia semi-permeabile allo sguardo e al suono. Definiscono il perimetro di un luogo (dal diametro di 11 metri) di sosta e decongestione; un angolo intimo, anche se lambito dalle correnti della vita metropolitana. "Radura" è un intervallo di decompressione dalla frenesia dei flussi e degli scambi. Debutto illustre, dunque, per il prototipo, realizzato da una cordata di sei imprese che usano il legno delle montagne del Friuli Venezia Giulia - abete, pino e larice - e che nella specifica filiera rappresentano, in re-

gione, gli anelli fondamentali della catena di trasformazione e lavorazione del prodotto. Le colonne sono ancorate al suolo grazie a una pedana circolare (anch'essa lignea), alta 45 centimetri; entro il perimetro si sviluppa una serie di sedute. Completano l'offerta dei pouf ("Selva Nera") forniti dalla ditta Stolfo: sono in abete e si integrano perfettamente con il linguaggio semplice e armonico di "Radura". I cuscini sono realizzati con tessuti naturali e lavorati artigianalmente dalla nota casa di moda Luis Trenker di Bolzano. «"Radura" - commenta il presidente di Innova Fvg, Michele Morgante - è un'ulteriore prova del nostro impegno a favorire l'innovazione tecnologica nelle realtà produttive dell'ambiente montano. Per questa installazione l'architetto ha scelto alcune ditte della nostra filiera legno: De Infanti, Domusgata, Legnolandia, Serrametal, Vidoni e Diemmelegno per la parte strutturale e Stolfo per le sedute. Nel Fuori Salone le realtà imprenditoriali friulane avranno modo di farsi cono-



Il progetto sotto l'egida di Innova voleva offrire "una nuova idea di spazio pubblico"

scere e apprezzare». Entusiasta l'assessore regionale alle infrastrutture e al territorio Mariagrazia Santoro: «Il progetto - dice - corona il sogno di far convivere in un unico spazio aperto architettura, arte, sostenibilità e biodiversità. Elementi, questi, legati dal fil rouge della filiera del legno, una delle principali risorse del Friuli Venezia Giulia. Ringrazio Stefano Boeri per la sua intuizione». l.a.

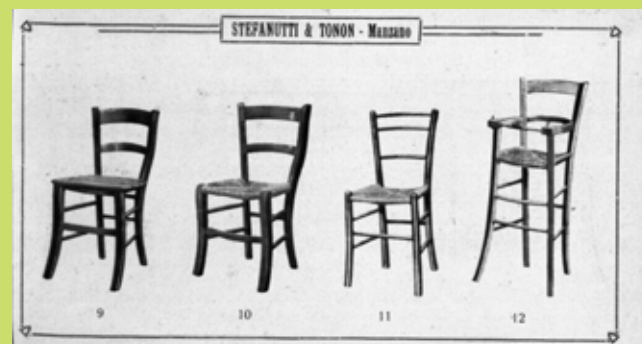
### MUDEFRI

## Arriva il museo virtuale del design

Ora mai ci siamo. E' pronto al varo il MuDeFri, alias il Museo virtuale del design del Friuli Venezia Giulia. Un clic sull'omonimo sito (www.mudefri.it) e ci si potrà immergere in un autentico universo, «perché il design - fa giustamente notare l'artefice del pionieristico, interessantissimo progetto, la friulana Anna Lombardi - è ovunque». Anche dove, d'istinto, non si sarebbe portati a immaginare la presenza.

Basti pensare all'industria siderurgica, per fare appena un esempio, "madre" di prodotti che, essendo di fatto invisibili - perché celati in costruzioni e impianti -, solo gli addetti ai lavori conoscono. Eppure anche lì, appunto, c'è la mano del designer. Per non parlare, poi, del mondo delle sedie, del mobile, dell'arredo in genere, «e degli oggetti plastici, dei coltelli - elenca, pescando a caso nel mare magnum, sempre Lombardi -, della nautica, perfino delle tecnologie digitali». Insomma: davvero ce n'è per tutti i gusti. Coronato grazie a un'operazione di crowdfunding, che è andata a buon fine e ha dunque veicolato le risorse necessarie all'attuazione del piano, il sogno del MuDeFri è stato ispirato all'"artista", la qualifica ci sta proprio, dall'omologa realtà toscana (il MuDeTo), prima in assoluto in Italia e tassello numero uno, nelle aspettative, di un percorso destinato ad allargarsi a ciascuna delle regioni della penisola.

La nostra, dunque, segna il secondo passo dell'ambizioso iter, ma in realtà di anno zero si tratterà, «nel senso - chiarisce



la designer promotrice dell'iniziativa - che con l'avallo del MuDeTo ho concepito il Museo virtuale friulano in maniera del tutto diversa». Spieghiamo, allora: «La mia specialità sono le mostre - premette Anna Lombardi - non potevo, dunque, prescindere da tale vocazione. Il MuDeFri sarà articolato in tre filoni di ricerca, tre percorsi critici per meglio dire, uno cronologico, uno alfabetico e uno per settori merceologici. Ma l'attività civetta sarà appunto rappresentata dalle mostre virtuali (la principale differenza rispetto al MuDeTo), che curerò di persona ma anche in collaborazione con esperti di tutto il mondo, giovani e meno giovani, che saranno invitati ad apportare le proprie idee su temi di attualità. Gli spunti stanno già arrivando. Non sarà semplice avviare il meccanismo (le difficoltà non saranno minori di quelle che si incontrano nell'allestimento di una rassegna autentica, "concreta"), ma l'entusiasmo e la carica sono fortissimi, quindi confido in buoni risultati. La prima esposizione che offrirò

si intitolerà "Nanetti e design". E' una piccola provocazione lanciata ai designer: è o non è frutto di design, un nanetto da giardino? Ci sarà inoltre una sezione documentale, dedicata a quelli che, nel tempo - a partire dell'Ottocento -, sono stati i prodotti d'eccellenza del Friuli Venezia Giulia. Particolare attenzione, naturalmente, sarà riservata alle foto, che cercheremo di rendere quanto più possibile comunicative e che saranno accuratamente didascalizzate». Sul sito del MuDeFri, che sarà bilingue (italiano e inglese), verranno inoltre immessi dei link che permetteranno all'utente di connettersi a una serie di realtà museali private, «splendide - assicura Lombardi - ma decisamente poco conosciute. Cito semplicemente i musei del Malignani». Insomma: ha le idee ben chiare, l'esperta, che è - per inciso - anche l'unica designer friulana presente alla mostra "W Women in Italian Design", di recente inaugurata alla Triennale di Milano. Con cosa vi partecipa? «Con una lampada».

Lucia Aviani

Nel 2015 il saldo tra iscrizioni e cessazioni di imprese, ha fatto segnare un incoraggiante +216

## FOCUS COMMERCIO



### I NUMERI

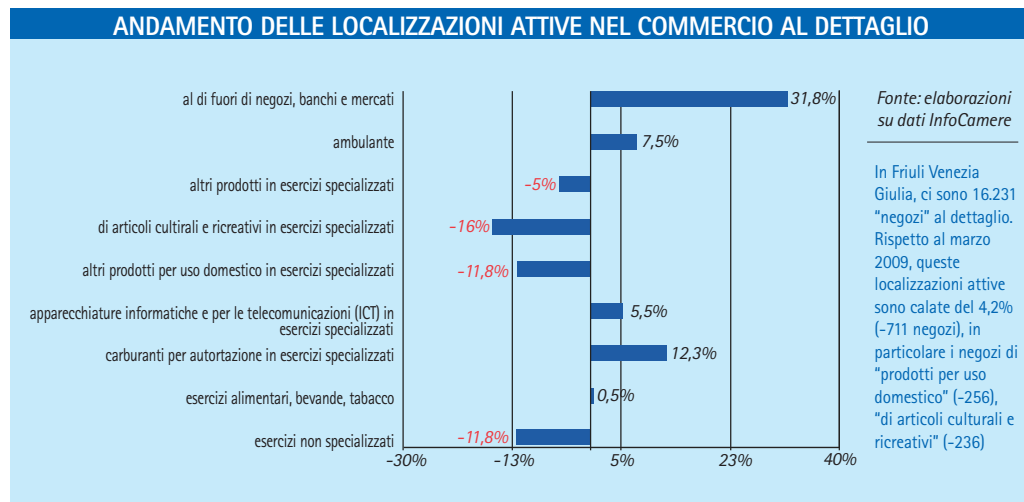
# Ricavi e occupazione a un passo dalla svolta

Alessandro Cesare

Dal 2009 a oggi, l'economia, anche in Friuli, si è profondamente modificata. La crisi ha 'falcidiato' interi comparti, obbligando a chiudere centinaia di piccole e medie imprese.

Costretto a una sorta di 'selezione naturale', sono stati tempi difficili per chi ha fatto impresa. Qualcosa, però, dopo mesi di false speranze, comincia a cambiare. E non perché lo dicano i numeri, ma chi ogni giorno alza le serrande di bar e negozi: gli imprenditori. A fine 2015, il clima di fiducia delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi del Friuli Venezia Giulia ha raggiunto il punto più alto da quattro anni a questa parte.

Il ritrovato ottimismo è confermato dai principali indicatori che sintetizzano l'andamento dell'economia reale. Il livello dei ricavi è giudicato in aumento e coincide con il miglior risultato dal 2011. Migliora anche la situazione relativa all'occupazione tra le imprese del terziario della regione. Di fatto, il 2015 si conferma come il primo anno di vera ripresa da questo punto di vista, tesi avvalorata dai dati ufficiali relativi alla sottoscrizione di nuovi contratti a



tempo indeterminato, che incoronano il Fvg come la prima regione in Italia per incremento percentuale rispetto ai dodici mesi precedenti.

Un trend che si nota chiaramente anche in provincia di Udine, specialmente nel settore terziario, dove, nel 2015, il saldo tra iscrizioni e cessazioni di imprese, ha fatto segnare un incoraggiante +216. Certamente è solo una goccia nel mare, ma utile a comprendere come la svolta sia davvero dietro l'angolo.

Com'è cambiato il modo di

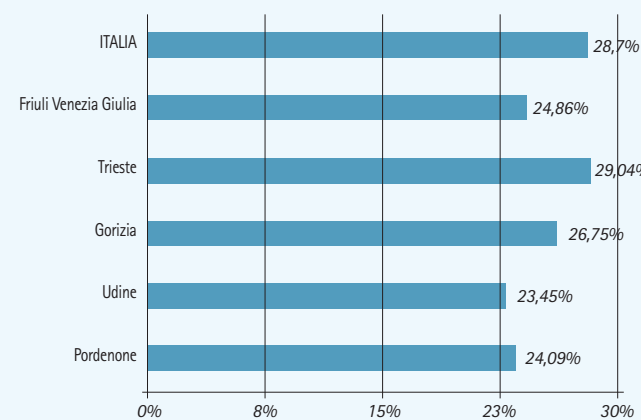
fare impresa in Friuli. La crisi la lasciò il segno soprattutto nel commercio all'ingrosso, dando invece impulso alle attività di servizi e ristorazione, così come a bar e a pubblici servizi. Attualmente, in provincia di Udine, sono attive 12.965 localizzazioni (imprese più sedi secondarie) commerciali e 5.200 localizzazioni di alloggio, ristorazione e pubblici esercizi. Rispetto al 2009, le localizzazioni attive commerciali sono calate del 4,1%, in particolare nel commercio all'ingrosso (-7,7%). Sono aumentate, invece, le atti-

vità di alloggio (+6,7%) e di ristorazione (+12%). Per quanto riguarda i negozi al dettaglio (in provincia di Udine ne ce sono 7.250, -2,9% rispetto al 2009), a soffrire di più sono stati quelli di legati a 'prodotti per uso domestico' e ad 'articoli culturali e ricreativi'. In aumento, invece, quelli di 'apparecchiature informatiche' e 'telecomunicazioni'.

**Focus su Udine.** Nel capoluogo friulano ci sono 490 bar, 435 attività di ristorazione, 65 strutture ricettive, 1.536 negozi al dettaglio, 1.179 intermediari del commercio e atti-

### IL "PESO" DEL COMMERCIO NELL'ECONOMIA

Fonte: elaborazioni su dati InfoCamere



vità del commercio all'ingrosso, 207 attività del commercio e manutenzione di autoveicoli e motocicli. Le localizzazioni commerciali sono 2.922, quelle di alloggio, ristorazione e pubblici esercizi 990. Rispetto al marzo 2009, le localizzazioni attive commerciali sono calate del 2%, in particolare nel commercio, manutenzione e riparazione di autoveicoli e motocicli (-9%). Sono cresciute le attività di alloggio (+41%) e di ristorazione (29,5%).

**Il ruolo del commercio per il territorio friulano.** Quando si parla di economia non si può prescindere dal commercio. In Friuli il peso del comparto è pari al 23,45% rispetto all'economia in generale, con i negozi che sono localizzati soprattutto a Udine (1.536), Lignano (589) e Latisana (242). Un trend rispettato anche dalle attività di ristorazione, con il capoluogo friulano che con 925 precede

Lignano (405) e Cividale (139). Ecco perché mettere a punto progetti per unire e far collaborare queste realtà può risultare vincente, e non sono per gli stessi operatori del settore, ma soprattutto per gli utenti. In questo senso si inseriscono i progetti di Centro commerciale naturale che sempre di più stanno prendendo piede in Friuli.

**Consuntivo 2015.** Per il quarto trimestre consecutivo, si sono confermate positive le vendite (dopo il +1% del 1° trimestre, il +0,8% del 2° trimestre, il +1,9% del 3° trimestre, c'è stato un +2,3% nel 4° trimestre 2015) insieme all'occupazione (+1,6). Numeri positivi anche nel settore dell'ospitalità, con vendite in crescita per il 3,97% e occupazione in salita del 2,17%. Da rimarcare l'accorciamento dei tempi di pagamento da parte dei clienti delle imprese del terziario.

### GLI IMPRENDITORI

## Tassa di soggiorno, centri commerciali naturali e aperture domenicali. Ecco tutti i nodi da risolvere e le questioni aperte con la politica

La fiducia degli imprenditori friulani è in crescita, così come le questioni aperte che vedono confrontarsi ogni giorno il mondo del commercio con la politica. Sul tavolo ci sono i nodi rappresentati dalle aperture domenicali, dalla tassa di soggiorno, dai centri commerciali naturali, solo per citarne alcuni.

**Aperture festive e superfici commerciali.** Sulla prima delle questioni, quella relativa alle aperture 'selvagge' dei negozi, Confcommercio Udine ha dimostrato di avere idee chiare, schierandosi in più occasioni a favore di un tetto massimo di aperture domenicali (da aggiungere alle nove festività già individuate da un recente provvedimento della Regione). «Come in tutto, serve una giusta misura». Così si esprime il presidente mandamentale di Udine di Confcommercio, Giuseppe Pavan, introducendo un altro tema, quello delle superfici commerciali, «sempre più in espansione». «Una tendenza - assicura - che non fa bene al commercio cittadino».

**Tassa di soggiorno.** Anche in questo caso, Confcommercio è critica. Innanzitutto per l'impossibilità di 'controllare' questa tassa 'mascherata', in secondo luogo per l'inopportunità di applicare un ulteriore aggravio tributario. L'associazione preferirebbe evitare questa ipotesi. «Già in difficoltà per la crisi economica e una pressione fiscale altissima - commenta il presidente di Confcommercio Udine, Giovanni Da Pozzo - riteniamo



Arianna Calcaterra

controproducente aggiungere altre tasse che dovranno essere riscosse da albergatori e pubblici esercizi». Il rischio paventato è che, nata per promuovere e migliorare il comparto turistico, possa essere impiegata per 'tappare' i buchi in bilancio di amministrazioni pubbliche sempre più in difficoltà.

**Centro commerciale naturale.** L'attrattiva di un territorio non aumenta con nuovi balzelli, ma con progettualità mirate. È il caso dei Centri commerciali naturali. Una formula che sta prendendo sempre più piede anche in Fvg (ce ne sono una trentina, in provincia di Udine i più 'attivi' sono quelli di Udine, Palmanova, Cividale e Latisana), pensata per unire la rivitalizzazione dei centri storici con le esigenze di turisti e commercianti. «Parliamo di 'parchi commerciali urbani', non di semplici 'parchi urbani' - spiega il direttore di



Giuseppe Pavan

Confcommercio Udine, Guido Fantini - Si tratta di una precisazione doverosa in quanto spesso la politica si dimentica di coinvolgere chi ogni mattina alza le serrande di negozi e bar nei centri storici. Chi meglio dei commercianti conosce le realtà delle città? Spesso si tratta di presidi che oltre al lavoro, svolgono una funzione sociale, di assistenza ai turisti e di controllo del territorio. Per questo andrebbero sempre consultati prima delle scelte».

In questo contesto, Fantini, è certo che il commercio possa fare da traino al turismo, anche grazie ai Ccn e alle azioni messe in atto per rendere più attraenti e accoglienti i centri città.

**L'esempio del Cen di Udine.** «Collaborazione, unione di intenti, massima sinergia possibile con le istituzioni». Sono le parole chiave che Arianna Calcaterra, presidente di Udi-

neIdea, il Centro commerciale naturale di Udine, ritiene imprescindibili per il rilancio del centro storico. «Cerchiamo di condividere al massimo ogni tipo di iniziativa, anche 'agganciandoci' ad appuntamenti già in calendario, come avverrà con il Far East Film Festival e con vicinilontano. Siamo al lavoro per regalare un'altra 'Notte bianca' alla città oltre che per serate di shopping sotto le stelle. Noi mettiamo a disposizione le nostre attività economiche per il bene del centro - chiosa Calcaterra - ma vorremmo una maggiore condivisione delle progettualità da parte delle amministrazioni pubbliche. Messi nelle condizioni di lavorare al meglio, potremo distinguerci dai luoghi della grande distribuzione accogliendo le persone in una città bella esteticamente e sicura, dove i negozi possano davvero rappresentare quel valore aggiunto, anche qualitativo, in grado di fare la differenza».

**La fiducia ritrovata.** Carlo Dall'Ava è il vicepresidente provinciale di Confcommercio. Toca a lui commentare la positività ritrovata tra gli operatori commerciali del Friuli. «Il sentimento più diffuso tra gli operatori è l'ottimismo - dichiara - però per renderlo davvero tangibile servirebbero interventi mirati da parte delle istituzioni. Penso a un sistema di tassazione più bassa, in modo da dare impulso ai consumi, visto che i risparmi degli italiani, negli ultimi anni, pare siano aumentati».

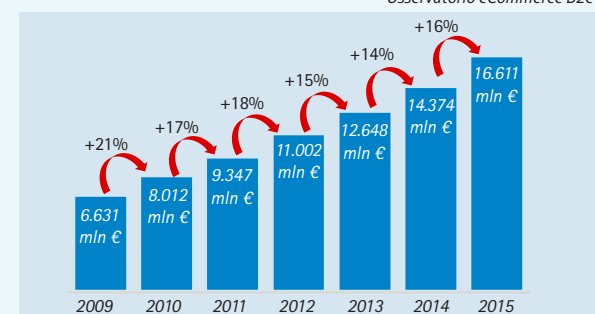
(a.c.)

### SEMPRE PIU ONLINE

## La nuova frontiera dell'e-commerce

### VALORE DEGLI ACQUISTI ONLINE DEI CONSUMATORI ITALIANI

Fonte: Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano. Osservatorio eCommerce B2C



La progressione del fenomeno è evidente negli anni...rispetto al 2009, il giro d'affari vale oggi circa 10 miliardi in più...

Il Friuli Venezia Giulia è la terza regione dopo Trentino Alto Adige e Lombardia nella classifica delle famiglie con accesso a internet (sono il 69,4%, la media italiana è del 66,2%, percentuali comunque inferiori a quelle di altri paesi Ue, dove si supera la soglia del 75%).

Fvg terzo anche negli acquisti via internet (il 33,7% dei consumatori nel quarto trimestre 2015 contro il 27,2% nel resto del Paese). Il giro d'affari online in Italia vale circa 16,6 miliardi (+16% sul 2014, circa 10 miliardi in più rispetto al 2009), con incrementi in particolare per editoria, Ict, abbigliamento e turismo.

Il fenomeno interessa anche le imprese: in regione il 12% delle attività economiche utilizza il proprio sito per vendere prodotti e servizi. E sempre il 12% delle imprese Fvg ha realizzato oltre il 15% dei ricavi tramite quel tipo di vendita. Non man-

ca l'apertura all'estero: il 7,8% del terziario regionale usa l'e-commerce prevalentemente con clienti stranieri. Fatto 100 il numero di imprese operanti in Fvg nel terziario, quelle che hanno un proprio sito web sono pari al 68,8%, quelle che praticano abitualmente l'e-commerce 10,7, quelle, infine, che hanno collegato il sito di e-commerce al remote banking 3,2%.

Una pratica, quindi, che sta prendendo piede anche in Friuli, dove la percezione dell'importante dell'on line e delle nuove tecnologie è sempre maggiore.

A imporlo è il mercato. Ormai, infatti, oltre un consumatore su quattro utilizza internet per effettuare acquisti. In particolare, chi si è affidato all'on line per lo shopping, negli ultimi anni, l'ha fatto per comprare vestiti, viaggi, libri o tecnologia.

(a.c.)



Rappresentano la reale novità di un commercio che intende abbinare la fruizione dei nostri centri storici con un'offerta di buono e alto livello

## FOCUS COMMERCIO



### L'INTERVISTA

# Opportunità di sviluppo

I Centri commerciali naturali sono per molti paesi una svolta. E ora ci sono 5 milioni di euro in ballo

Antonella Lanfrit

Hanno un loro riconoscimento legislativo regionale preciso, nella recentissima legge 4/2016 varata dal Consiglio a marzo e pubblicata l'8 aprile. A breve saranno definiti anche la quota parte dei fondi a disposizione e le finalità precise per cui dovranno essere impiegati, non appena sarà predisposto - entro due mesi - il Regolamento che individuerà i canali di finanziamento a supporto del commercio in generale da attivarsi tramite il Cat, il Centro di assistenza tecnica. In ballo ci sono, complessivamente, 5 milioni di euro. Così i centri commerciali naturali sono entrati appieno nell'agenda politica regionale per dare ulteriori opportunità di sviluppo al territorio. A guidare la partita è il vice presidente della Regione e assessore alle Attività produttive, Sergio Bolzonello.

**Vice presidente Bolzonello, in Friuli Venezia Giulia, e nella provincia di Udine in particolare, che ruolo possono avere questi Centri?**

"Rappresentano la reale novità di un commercio che intende abbinare la fruizione dei nostri centri storici - veri gioielli per le loro caratteristiche architettoniche e per lo stato di conservazione - con un'offerta commerciale di buono e alto livello. Si tratta di un'idea che non è in contraddizione con i centri commerciali artificiali. Anzi, alcune situazioni già esistenti dicono che essi possono convivere. È caso di Palmanova, dove a ridosso della città c'è un centro commerciale enorme e



all'interno delle mura un'associazione di operatori sta dimostrando che un certo tipo di commercio in città si può fare".

**Quali sono le leve che la Regione ha messo in campo a sostegno dei Centri commerciali naturali?**

"La legge che li contempla, la 4/2016, è appena stata pubblicata. Con il Regolamento attuativo, che contiamo di aver pronto entro due mesi, creeremo canali contributivi per associazioni di commercianti che vogliono operare insieme per una realtà attrattiva".

**Una delle osservazioni che si fanno attorno a questi Centri naturali è che essi non possono funzionare come i Centri commerciali artificiali, dove il decisore è unico. Come farlo capire ai fruitori, ma anche agli operatori?**

"È l'associazione degli imprenditori che lo regola e lo gestisce. Sta nella loro consapevolezza, e nel rispetto degli obiettivi che si sono dati, trovare gli accordi necessari e fare un piano di marketing che sia efficace. La Regione e il Comune deve accompagnarli".

**Ha senso puntare su questi Centri e stare a discutere del loro rapporto con i grandi store fuori città quando il Friuli Venezia Giulia è la terza regione in Italia per acquisti via Internet?**

"Ha senso, sì. Intanto perché pur essendo la terza regione per acquisti online i numeri che riguardano questa modalità di spesa sono ancora contenuti. Ha senso anche perché questo dei centri commerciali naturali sarà il terzo modo di fare commercio. Le tre opzioni, cioè, sono destinate a convivere. È un fenomeno già

**Il vicepresidente della Regione Bolzonello: "Creeremo canali contributivi per associazioni di commercianti che vogliono operare insieme per una realtà attrattiva"**

acclarato dagli studi del settore".

**Davvero è possibile una proficua convivenza tra centro commerciale artificiale, naturale e vendita via Internet?**

"Anche in Italia è in atto una trasformazione socio-culturale che va nella radicalizzazione dei comportamenti e del target di riferimento. Si avrà cioè una fascia di consumatori che si servirà solo



Sergio Bolzonello

o prevalentemente del web, una del centro commerciale artificiale e una di quello naturale. I modelli sono sempre più chiari. In ogni caso, anche il centro commerciale naturale può fare e-commerce".

**Chiusure festive: la legge regionale 4/2016 ne prevede dieci. Andrà tutto liscio o l'impugnazione da parte del Governo è pressoché scontata? Ci sarà di sicuro un'impugnativa. Noi resisteremo? Con quale motivazione?**

"Avere un numero di chiusure festive che consentano di essere rispettosi del tessuto sociale di una comunità e tale da contemperare questa esigenza con quella della libera concorrenza del mercato".

**Magari nel frattempo arriverà in porto la proposta di legge nazionale che giace in Parlamento e che di chiusure in un anno ne prevede dodici?**

"Sarebbe auspicabile. Ma ad oggi non vedo una grande volontà politica in questa direzione in

Parlamento. Da qui la nostra forzatura".

**Novità in vista per la tassa di soggiorno?**

"No. L'argomento non è all'ordine del giorno. Se poi ci sarà un'apertura da parte delle categorie economiche per una tassa di scopo il cui ricavato si riversi sulle infrastrutture turistiche, ne parleremo".

**In autunno arriverà in Consiglio regionale il nuovo Testo unico del Terziario. Quali novità porterà con sé?**

"Vedremo se i Testi saranno due o uno. In ogni caso saranno provvedimenti legislativi che sostituiranno la legge 29 sul commercio e la 2 sul turismo. Saranno documenti molto interessanti, nei quali servizi e commercio saranno sempre più connessi al turismo, per dare più opportunità ai consumatori e ai turisti".

**A proposito di turismo, le strutture alberghiere devono avere sempre una stella in più per poter essere all'altezza delle esigenze di chi va in vacanza oggi. Il 2016 sarà un anno di svolta anche su questo versante in Fvg?**

"Sarà di certo un anno molto importante. Con 6 milioni abbiamo appena completato lo scorrimento di tutte le graduatorie dei bandi precedenti e abbiamo soddisfatto tutte le domande che c'erano. Entro fine anno, inoltre, usciremo con un nuovo bando dedicato al rinnovamento di queste strutture che avrà un budget di 13 milioni. Si tratta di fondi che erano bloccati su altri canali e che stiamo per rimettere in circolo in questo modo".

### A PALMANOVA

## Uno stretto legame con il turismo, in vista dell'Unesco

Palmanova, lanciata per riuscire a essere riconosciuta patrimonio Unesco, sta marciando con decisione anche per essere un esempio di Centro commerciale naturale pensato, voluto e realizzato con una partecipazione ampia e convinta degli attori che connotano la sua vita economica e sociale. Anzi. L'immagine di una città che fa della sua storia e della sua cultura il biglietto da visita principe con cui veicolare la sua stella a nove punte è quasi naturalmente connessa con quella di una città che commercialmente vive all'unisono per accogliere con ogni comfort i turisti che vi arrivano.

A maggio 2015 il sindaco della città stellata, **Francesco Martines**, lanciò una "chiamata a raccolta" per costituire il Centro commerciale naturale "Città da vivere", con un obiettivo preciso: "Vendere all'esterno il marchio Palmanova". Pragmaticamente disse anche che senza soldi poco si fa e così accompagnò l'invito a commercianti, imprenditori, banche, professionisti e aziende del territorio ad associarsi con una quota di 360 euro l'anno, "un caffè al giorno". Il Comune, disse, avrebbe fatto la sua parte, con 10/15mila euro l'anno. Nel 2015 sono stati un po' di meno, nel 2016 sono previsti, però 15mila euro. Complessivamente, per realizzare il progetto sin qui il Comune "ha speso



Il sindaco Martines

100mila euro senza contributo regionale", precisa Martines. A fine anno l'associazione si è costituita formalmente, a dicembre 2015 c'è stato il debutto ufficiale e marzo 2016 si è inaugurata la sede che il Comune ha concesso gratuitamente al piano terra del municipio, con affaccio sulla piazza grande. Presieduta da Renato Talotti, attualmente conta oltre 80 aderenti.

Ma il Centro commerciale naturale è una realtà per sua natura composita e per funzionare molti tasselli devono essere integrati. Per questo, aggiorna Martines, per realizzare il Cnn "abbiamo inserito interventi strutturali per 40mila euro al fine di portare il Wifi nei borghi, nelle contrade, in piazza e abbiamo cablato con la banda larga queste aree, nonché

le scuole, il teatro e gli spazi culturali, come le polveriere e le caserme napoleoniche, che utilizziamo".

A monte dell'intero progetto di marketing territoriale, "abbiamo fatto un'indagine con 10 domande rivolte a tutti i 274 operatori economici di Palmanova - continua Martines - Hanno restituito il questionario compilato in 245 e 205 sono state le schede compilate correttamente". La penultima domanda era volta a comprendere su quali settori deve

**Per realizzare il progetto il Comune "ha speso 100 mila euro senza contributo regionale"**

puntare la città in futuro per crescere. "In 175 hanno risposto che il nostro futuro sta nel turismo storico culturale e nei servizi - ricorda il sindaco -. È un dato significativo, perché su questa risposta noi amministratori eravamo sintonizzati fin dall'inizio del mandato".

Un progetto strategico che tra le prossime tappe ha "portare a regime il sito web del Cnn, strutturare l'organizzazione dell'associazione e implementare un'azione di marketing territoriale efficace e produttiva", conclude Martines. **A.L.**

### A UDINE

## Parcheggi, pedonalizzazione e marketing: le sfide del capoluogo

"Stiamo lavorando per dare ai commercianti che lavorano o vorranno lavorare in città uno scenario di prospettiva, con un focus sui prossimi 2-3 anni. Più in là non è possibile". Anche perché "un centro commerciale naturale rispetto a uno artificiale ha, tra le altre, una differenza sostanziale: non ha una sola persona che decide per tutti. Gli attori in campo sono molteplici".

L'assessore al Commercio e al turismo del Comune di Udine, **Alessandro Venanzi**, focalizza così dal palazzo dell'amministrazione comunale la scommessa affinché Udine "coniughi la sua vocazione con una forte attrattività". E perché ciò avvenga ci vogliono certo soldi - 5 milioni quelli in ballo tra 2015 e 2017 per opere pubbliche, marketing e promozione, compresi i 2 milioni a fondo perduto di cui beneficiano 40 attività commerciali per importi fino a coprire l'80% delle spese del progetto -, ma ci vuole anche "armonizzazione tra coloro che operano in città". Per risultare infatti attrattivi, prosegue Venanzi, occorre dare un messaggio chiaro a chi arriva in città e aver adottato le strategie necessarie per competere con chi, di fatto, apre tutti i giorni con orari amplissimi".

Se, comunque, gli attori sono



L'assessore Venanzi

tanti nel Centro commerciale naturale, uno di questi è il Comune e Venanzi mette in riga le scelte e le opere avviate o concluse perché Udine decolli. Le infrastrutture sono "basilari" e con il parcheggio di piazza I Maggio "si completa l'offerta sui quattro punti cardinali della città", per complessivi 4mila posti, ricorda Venanzi. Piazza I Maggio, inoltre, con questa operazione non sarà più luogo di passaggio, ma di destinazione.

All'inizio dell'autunno sarà cantierata la pavimentazione di via Aquileia per un importo da 1,2 milioni e i lavori dureranno sei mesi. "Non si rincorre un certo fanatismo della pedonalizzazione - avverte l'assessore - ma, le città europee lo dimostrano, essa è volano per processi aggrega-

tivi e commerciali se ben supportata da arterie collaterali che servano queste aree".

La Udine centro commerciale naturale, però, nelle ideali non è chiusa in sé, ma intende dialogare con il suo hinterland, anche con quello che proprio dal punto di vista commerciale parrebbe un concorrente più che un alleato: viale Tricesimo. Ed invece, "prima dell'estate partirà un bando di idee per il rilancio della Tresemane, quale arteria da rigenerare dal punto di vista urbano e per una sua riqualificazione sotto il profilo economico", dettaglia Venanzi. Quando le idee ci saranno, l'obiettivo è "partecipare entro il 2016 a un bando europeo Horizon 2020, insieme con Tricesimo, Reana e Tavagnacco". Se tutto andrà come è nelle intenzioni, chi da Nord procederà lungo la Tresemane "non potrà che essere invogliato ad arrivare a Udine, che dovrà accoglierlo adeguatamente".

Nell'ottica di dare al territorio cittadino tutti gli strumenti più efficaci per essere attrattivo e ben servito, il Comune non da ultimo "sta rivedendo il Piano della sosta e attendiamo di avere l'interlocutore per il trasporto pubblico locale, non appena sarà espletata la gara di affidamento che la Regione ha in corso", conclude Venanzi. **A.L.**

Il suo interesse riguarda soprattutto l'ambito sportivo. Da anni collabora con l'Associazione maratonina udinese

## STORIE DI IMPRENDITORI



### GIOVANE IMPRENDITORE

# Esperta di organizzazione

Creare eventi è indice di professionalità. Molti però pensano di improvvisare

Mara Bon

**P**rofessionalità, formazione e passione. Sono i punti di forza della giovane imprenditrice Sara Fantini. Di professione organizzatrice di eventi ed esperta di comunicazione. "Ci vuole preparazione per diventare organizzatori di eventi" ha sottolineato Sara, titolare di SevEnt - Services and Events (sevent.fvg@gmail.com) - "è un ruolo che richiede professionalità. Poiché non è un'attività tutelata da albo, tanti pensano di poterlo fare facilmente. Tanti pensano di potersi improvvisare".

Ma la differenza degli eventi ben organizzati si vede. Competenza e serietà garantiscono qualità, sotto tutti i punti di vista.

#### Come ha intrapreso questo percorso?

"Dopo la laurea in Relazioni Pubbliche ho seguito un Master in gestione di eventi all'Università di Udine". Spinta da una grande passione per lo sport, nata soprattutto nel settore del basket (è istruttrice di minibasket).

L'amore per lo sport l'aveva avvicinata a studiare il management innanzitutto degli eventi sportivi. Poi il passo è stato breve. E oggi si occupa di organizzazione di eventi a 360 gradi, da quelli musicali a quelli culturali. Fornisce servizi e consulenze riguardo alla progettazione, pianificazione e realizzazione di eventi, dall'ideazione alla realizzazione. Sara si occupa anche di formazione nell'ambito della gestione della comunicazione con interventi formativi



Sara Fantini

se, promotrice della Maratonina internazionale Città di Udine, evento sportivo che richiama ogni anno atleti di caratura internazionale, atleti amatori e semplici appassionati. Come componente del direttivo segue, tra le altre cose, la gestione dei volontari. Ricordiamo che la 17a edizione si svolgerà il 18 settembre (www.maratoninadiudine.it). Oltre alla corsa competitiva della domenica ci saranno tante iniziative tutto il weekend: dalla corsa degli atleti disabili (carrozze e ciclioni), a quella con gli amici a quattro zampe, dalla Straudine non competitiva alla minirun (riservata ai bambini).

Dal running al ciclismo. La giovane imprenditrice ha collaborato in passato anche con il comitato di tappa del Giro d'Italia.

Sara è presidente del gruppo Federeventi della Provincia di Udine (Federazione Italiana Professionisti di Eventi) di Confcommercio. E dal 2014 è stata nominata anche consigliere nazionale di Federeventi Italia, punto di riferimento nazionale per le imprese che operano nell'ambito dell'organizzazione di eventi, con lo scopo di tutelare e sviluppare professionalità, progettualità e interessi del settore.

Il gruppo Federeventi della provincia di Udine promuove incontri, workshop, seminari e occasioni per favorire lo scambio di informazioni e la crescita professionale e culturale. Fanno parte del gruppo imprese, attività professionali e lavoratori autonomi che si riconoscono nelle aree degli eventi, sport,

presso istituti ed enti. Supporta aziende e organizzazioni nello studio e sviluppo delle strategie di marketing. Tra le attività di consulenza più recenti anche quelle relative ai centri commerciali naturali.

Ma il suo interesse riguarda soprattutto l'ambito sportivo, che occupa ancora oggi un ruolo di primissimo piano nella sua attività.

"Durante il master - ha ricordato Sara - ho fatto uno stage nel Comitato organizzatore del Mondiale di Corsa su strada. E dopo lo stage ho iniziato a lavoro"

presso istituti ed enti. Supporta aziende e organizzazioni nello studio e sviluppo delle strategie di marketing. Tra le attività di consulenza più recenti anche quelle relative ai centri commerciali naturali.

Ricordiamo i Campionati del mondo di corsa su strada (World Road Running Championships) che si sono svolti il 14 ottobre 2007 a Udine, con la partecipazione di 144 atleti in rappresentanza di 37 nazioni. Grazie ad un tracciato tra i più veloci al mondo, durante i campionati sono stati registrati molti primati dagli atleti in gara. Tra i festeggiamenti di un numerosissimo pubblico.

E la corsa continua. Da diversi anni Sara collabora con l'Associazione maratonina udinese,

spettacolo e cultura; di quella degli eventi fieristici ed aziendali; di convegni, conventions, meetings, seminari; o impegnati nelle attività di comunicazione, formazione e servizi per eventi in genere.

La giovane imprenditrice, classe 1979, è inoltre vicepresidente del gruppo giovane di Confcommercio di Udine.

#### Quali sono le principali sfide che si trova ad affrontare un giovane imprenditore?

"Gli aspetti burocratici rappresentano spesso una grossa difficoltà. Ci sono tante leggi di difficile interpretazione. Ci sono normative in continuo aggiornamento. Si dovrebbero semplificare le leggi. Auspico pochi paletti ma ben chiari".

Il rinnovato direttivo Giovani Imprenditori di Confcommercio Udine è formato dal presidente Fabio Passon, i consiglieri Anna Lucia Fragiaco, Pierluigi Mattiussi, Tommaso Osso, Raffaele Pizzoferrò, Demis Treleani e Sara Fantini.

### ETICA & ECONOMIA

#### L'etica della responsabilità

**T**ra pochi giorni ricorrerà il 40esimo del terremoto del Friuli. La ricostruzione dopo il terribile Orcolat

resta un modello, un esempio di etica della responsabilità indelebile, irripetibile. Oggi credo che dovremmo chiedere ai nostri figli cosa si attendono per il futuro. Per i tipi della Forum editrice di Udine ho raccolto 40 contributi di altrettanti personaggi friulani per capire come costruire il futuro, i prossimi 40 anni. Una provocazione certo, ma anche un modo per richiamare a tutti noi quanto grande sia la nostra responsabilità e perché dobbiamo prima di tutto pensare al futuro. Il volume sarà presto disponibile. Nuove generazioni, start up, devono essere sostenute senza se e senza ma. Come? Innanzi tutto tenendo sempre vivo il dialogo, poi favorendo la crescita basata sull'esperienza di chi ha vissuto il passato e vive il presente per permettere la nascita di progetti e schemi nuovi dei quali altri potranno godere e beneficiare.

Dobbiamo puntare responsabilmente sull'economia delle relazioni, quella che punta alle persone prima ancora che al Pil. La parola d'ordine non può che essere valorizzazione di donne e uomini. In tal senso dobbiamo dire decisamente sì alla sperimentazione delle sfide della quarta rivoluzione industriale, dell'automazione dei ruoli, dell'innovazione digitale e tecnologica, ma anche di quella in tutti gli altri settori della nostra vita. Solo così riusciremo ad accompagnare l'evoluzione dei modelli aziendali e delle relazioni industriali.

Politica, istituzioni, categorie economiche, parti sociali devono fare la loro parte e, occorre sottolinearlo, già lo fanno per favorire rapporti costruttivi, relazioni, proposti per costruire intese indispensabili per il futuro. Tutto ciò sarà reso più facile se si baserà su competenze e merito al di là di colori di spesso solo presunte appartenenze o rappresentanze spogliandoci dei pregiudizi legati al passato. Dobbiamo costruire un'immagine positiva e propositiva del Friuli basata su quanto di positivo e bello c'è: il lavoro, l'operosità, l'accoglienza. In questo senso anche la formazione ha un'importanza fondamentale specie se basata sull'alternanza "scuola - lavoro".

Insomma è possibile governare un cambiamento sociale ed economico con obiettivi chiari e ambiziosi per i prossimi 40 anni puntando a un operoso benessere generale basando il tutto sull'etica della responsabilità.

Daniele Damele

### IMPREDITORE STRANIERO

Assieme a Maira gestisce il "Corallo"



Ali Hentati

**V**ero senso dell'ospitalità, accoglienza calorosa, servizio eccellente. Tutto questo si respira nel bar Corallo a Sclaunico (via S. Giovanni Bosco, 7), che è il "regno" di Ali Hentati, 39 anni, cittadino tunisino, e della sua compagna Maira Tavano, 35 anni, friulana doc. "Questa attività è il risultato di un nostro progetto di vita insieme", esordisce lui. "Infatti è nato quando ho avvertito che la mia professione precedente, quella del cuoco, molto impegnativa in termini di orari - spiega -, riduceva molto il tempo da dedicare alla coppia e alla famiglia". Ali ha studiato in Tunisia per diventare "capo partita dei secondi in cucina", poi ha lavorato negli alberghi di diverse località turistiche della costa come Monastir e Djerba. Si è fatto le ossa, acquisendo una solida professionalità, e in seguito ha deciso di trasferirsi in Italia, approdando a Spilimbergo sulla scia di un'antica storia d'amore, oggi conclusa. "In questo Paese sono arrivato preci-

samente nel febbraio 2007 - racconta -, e il primo posto di lavoro l'ho trovato al Grand Hotel Playa di Lignano Sabbiadoro". Naturale, per lui che si era specializzato proprio nel settore della ricettività, cercare un impiego nella capitale friulana del turismo balneare. Ali è talmente bravo che subito dopo la stagione viene reclutato dallo chef del celebre Picaron di San Daniele, dove resta per due anni e mezzo e crea un piatto del quale va ancora molto orgoglioso: verdure pastellate adatte a chi è celiaco o intollerante al lattosio. Da qui poi passa a un altro ristorante che ha fatto la storia, "L'antica Maddalena", nel centro di Udine. Ed è proprio in questo contesto lavorativo che Ali incontra Maira. S'innamorano e inizia la loro storia, che porta loro il dono di un bambino: Yassin, cinque anni a maggio. "E' proprio dopo la nascita di nostro figlio che abbiamo maturato l'idea di un'attività nuova, tutta nostra", fa sapere Ali. Di comune accordo, prendono

# Bar di paese, presidio di qualità e accoglienza

la decisione di riaprire e rilanciare il vecchio bar di paese gestito, nell'arco dei decenni, dalla famiglia Tavano, di generazione in generazione: bisnonno, nonno e poi papà di Maira. "Una sfida che abbiamo affrontato con molta determinazione e preparazione - continua Ali -, perché sappiamo che portare avanti un esercizio non è cosa facile". Per conciliare i tempi del lavoro con quelli della famiglia, Maira e Ali si alternano dietro il bancone: la mattina e il pri-

#### È l'unico locale di Sclaunico. Ali ha esperienza nei grandi hotel della regione

mo pomeriggio lei, la sera fino alla chiusura lui. Uno dei "driver" più forti, per quanto riguarda Ali, è certamente la musica. "Sono appassionato di rock - confessa - e l'idea di poter gestire un locale in cui si possa ascoltare musica dal vivo mi è sempre piaciuta molto". Il sogno si è tramutato in realtà. Con l'aiuto di un esperto di rock, Niki Colavitto, Ali ha potuto iniziare a organizzare un concerto di

musica dal vivo al mese. "Questa animazione - precisa - non ci ha mai creato alcun problema con il vicinato, perché rispettiamo scrupolosamente gli orari e le regole, e il locale è perfettamente insonorizzato". Il "Corallo" offre tutto il meglio dei prodotti locali della tradizione friulana: birra originale di Sauris, una qualità speciale di birra Lasko, vino della casa vitivinicola Ronchi San Giuseppe, caffè Grosni. Ci sono, però, anche alcuni prodotti della tradizione nordafricana, che vengono serviti su richiesta: caffè arabo, tè alla menta, panini e toast con salsa piccante tunisina. "Puntiamo molto sugli aperitivi - dice Ali -, sia quello di mezzogiorno, sia quello del pomeriggio-sera, in occasione dei quali prepariamo anche degli ottimi stuzzichini". Ali e Maira organizzano serate a tema. E con la bella stagione aprono il chiosco esterno nel cortile del bar, quest'anno a partire dal 30 aprile.

Nato in Germania, prima di arrivare in Italia Ali ha abitato per alcuni anni con la sua famiglia d'origine a Colonia. Quindi parla cinque lingue: oltre all'arabo e al francese, l'italiano (perfetto, senza inflessioni), il tedesco e anche il friulano. "Me l'ha insegnato Maira - spiega - e io l'ho appreso volentieri. Diciamo che ades-

so mi arrangio abbastanza bene, ma credo sia una cosa importante per chi, come noi, vuole gestire un esercizio pubblico in un paese della provincia di Udine". La "marilenghe" l'ha imparata anche grazie a un'altra sua fortissima passione, quella per il teatro. "Da alcuni anni ormai - racconta - faccio parte del gruppo teatrale locale La Pipinate di Sclaunico, e quindi ho interpretato già diversi lavori in friulano". In regione Ali si è ambientato perfettamente. "Si dice che la gente di qui abbia un carattere un po' chiuso - afferma -, ma io devo dire che ho sempre trovato solo persone che mi vogliono bene". Della sua Tunisia, dice: "Bellissimo posto, ma purtroppo in questo momento di guerra è poco sicuro".

Il Corallo, dove Ali ha comunque in cantiere l'organizzazione di feste arabe con danza del ventre, è aperto tutti i giorni (tranne il lunedì) dalle 6 alle 14 e dalle 16 alle 24.

Per Sclaunico è l'unico bar del paese. "Vogliamo continuare anche perché - conclude Ali - ci rendiamo conto che questo esercizio ha anche una funzione sociale, come punto di ritrovo e di socializzazione per tutti gli abitanti del luogo".

Alberto Rochira

Da piccola realtà artigianale terzista a un ruolo da protagonista internazionale. E c'è il tocco femminile

## STORIE DI IMPRENDITORI



### IMPREDITRICE

# Eleganza e design

Di recente la casa di moda Louis Vuitton ha scelto i divani de "LaCividina" per i défilé in tutto il mondo

Anna Casasola

Nelle loro collezioni divani, poltrone imbottite e complementi di grande pregio progettuale ed estetico, realizzati insieme a designer di fama internazionale quali ad esempio Simon Pengelly, Sebastian Herkner, Michael Geldmacher, solo per citarne alcuni. Di recente la casa di moda Louis Vuitton ha scelto i loro divani per i défilé in tutto il mondo. Basterebbero questi pochi elementi per dare un'idea di cosa è oggi LaCividina, azienda di Martignacco di proprietà di Fulvio Bulfoni e Paola Mesaglio che proprio quest'anno celebra i suoi 40 anni. La Cividina si è trasformata da piccola azienda artigiana terzista a una realtà internazionale che progetta e produce collezioni di divani e poltrone di design richieste in tutto il mondo. Una storia di tanti piccoli ma inesorabili passi avanti, un'azienda che ha conquistato architetti e progettisti di tutto il mondo che la scelgono per arredare hotel, aeroporti e spazi collettivi in genere, e sempre più anche case. E un progetto perfetto non significa solo estetica, ma anche una lunga serie di parametri che solo un'azienda realmente organizzata riesce a garantire. Sotto questo profilo, LaCividina è e continua a rimanere atipica perché lavora a livello internazionale rispettando gli standard più rigorosi, ma con la personalizzazione e l'accuratezza del miglior artigianato italiano che richiede interventi "sartoriali" di alta specializzazione. Imprescindibile



per Fulvio Bulfoni il contatto con i suoi clienti ai quali fa visita personalmente in ogni parte del mondo, lunghe assenze da Martignacco anche perché sa di poter contare su una valida presenza in azienda. Quella di Paola. Non solo in sua sostituzione, ma come spesso accade nelle storie di successo, in un completamento per una visione aziendale davvero esaustiva. La dolcezza nei modi e l'estrema semplicità di Paola Mesaglio, donna assolutamente elegante, confondono e non son sembra di avere di fronte un capitano d'azienda. **Quali sono le caratteristiche che ci si aspetta di trovare in un imprenditore donna e quali invece no?** Va detto che in molti settori, e il nostro non fa eccezione, una donna mette ancora un po' in allerta l'interlocuto-



Paola Mesaglio

re, che spesso è un uomo con le idee molto chiare e senza troppa voglia di condividerle o spiegarne il perché. Il "test" d'esordio è più

severo, le aspettative elevate e la fiducia va conquistata con grande determinazione. Dimostrare di essere in grado di risolvere qual-

siasi problema è un pre-requisito per proseguire il dialogo in maniera concreta. Non è facile, ma le donne sono abbastanza abituate a certi "battesimi" in ambito professionale. Diciamo che la parte bella viene dopo, quando si ragiona alla pari e allora avere una sensibilità diversa diventa un valore aggiunto. A quel punto, la collaborazione decolla e dà i suoi frutti migliori. **Qual è la chiave del successo de LaCividina?** Lo studio costante di nuovi prodotti e materiali che siano esteticamente gratificanti ma anche funzionali: il vero made in Italy inteso come cultura del progetto e non solo luogo di produzione; il rispetto del committente: nella sua storia, LaCividina non ha mai saltato la consegna di un lavoro; il gruppo di lavoro, che è il patrimonio imprescindibile di ogni azienda di successo. **Quali sono gli aspetti più complessi da gestire per un'azienda internazionale che al tempo stesso garantisce una produzione realmente made in Italy con lavorazioni preziose che solo un artigiano può fare?** In effetti è davvero complesso perché richiede costantemente una visione globale e locale, strategica e tattica, velocità e zero improvvisazione. LaCividina è apprezzata perché sa tenere insieme tutti questi valori, è flessibile e pronta a confrontarsi per ogni tipologia di progetto, trovando le soluzioni come solo un'azienda con grande professionalità ed esperienza può fare. Ecco in sintesi che cosa significa compiere 40 anni. **Trasmettere l'impor-**

**Il segreto della mia azienda? "Il vero made in Italy inteso come cultura del progetto e non solo luogo di produzione"**

tanza di essere parte integrante del successo ai propri collaboratori: come si fa a passare ogni giorno questo messaggio? È un passaggio cruciale e imprescindibile, perché senza i nostri collaboratori LaCividina non potrebbe raggiungere certi risultati. La tenacia è fondamentale, ma lo è anche la modestia. Non esistono traguardi solitari, anche se personalità eccellenti questa azienda le ha eccome. Ciò che cerchiamo di trasmettere è il valore di un'impresa che lavora per il sostegno del gruppo e viceversa. La soddisfazione più grande è percepire la tranquillità delle persone. Quando è così so di avere fatto bene il mio lavoro. **I figli e il lavoro: chi si adatta di più?** I figli o i genitori? Argomento ricco e complesso. Potendo, i figli vorrebbero qualità e quantità, ma dovendo scegliere tra le due, preferiscono la prima. E sia io che Fulvio ci impegnamo molto insegnando loro che cosa significa avere un'azienda di famiglia, ma anche incentivandoli a percorrere strade diverse dalle nostre. I figli riescono sempre a sorprendere e questa è la vera bellezza della vita.

### BCC CARNIA E GEMONESE

## Mutui e finanziamenti: + 8%

Bcc Carnia e Gemonese annuncia la performance economica del 2015. Uno dei dati più significativi del 2015 si riferisce ai finanziamenti e ai mutui ipotecari, in netto aumento: con un +8 per cento. A dimostrazione del fatto che, sul territorio di competenza della banca, che parte da Forni di Sopra, qualcosa dal punto

A conferma vengono anche i dati relativi ai volumi della raccolta complessiva che fanno registrare un +3% frutto dell'aumento sia della raccolta diretta che di quella indiretta. Crescono dell'1,70% gli impieghi. Il CET1 capital ratio, chiamato anche patrimonio di base o di qualità primaria, perché costituisce il nocciolo duro del capitale di ogni banca, approda ad un valore superiore al 24 per cento, con un aumento di circa 2 punti percentuali rispetto all'anno precedente ed indicatore della fortissima solidità di Bcc Carnia e Gemonese. Sono 3.049 i soci della Banca di Credito Cooperativo che rappresenta la Carnia e la zona del gemonese, con sede a Tolmezzo. "I dati dimostrano la solidità della nostra banca - spiega Duilio Cescutti, presidente di Bcc Carnia e Gemonese - siamo in grado di offrire in primis, sicurezza al risparmiatore, e di questi tempi, risulta uno degli aspetti fondamentali. Guardiamo al futuro con più fiducia e ottimismo, sempre e comunque annoverando scelte molto prudenti, in un'ottica di forte stabilità. Gli indicatori fanno ben sperare sulla ripresa del mercato immobiliare, oltre che una certa maggiore propensione all'investimento da parte delle imprese. Aspetti questi molto importanti per lo sviluppo del territorio montano, luogo in cui la casa rappresenta il bene primario".



di vista degli investimenti, si sta muovendo. Si tratta di segnali che indicano una mini ripresa, anche e soprattutto del settore immobiliare, fenomeno per altro confermato anche a livello nazionale. C'è ripresa nell'acquisto della prima casa, oltre che, da parte delle imprese, una certa, seppur lieve, maggiore propensione ad investire. I dati relativi alla chiusura definiscono lo stato di salute della banca. Il risultato di bilancio, invero l'utile netto d'esercizio, si allinea al dato dell'anno precedente ossia superiore a 1,2 milioni.

### EDITORIA

"La vera ricchezza delle nazioni. Creare un'economia di cura"

## C'è bisogno di una nuova economia

Di economia si parla in lungo e in largo. Non c'è argomento dentro il quale, o in profondità o marginalmente, l'economia non venga tirata in ballo perché l'argomento è trainante a tutti gli effetti.

Che cos'è l'economia? Il termine economia ha due significati, uno tecnico e uno comune. Nella sua accezione accademica si riferisce a una scienza sociale, alla branca dedicata alla produzione, alla distribuzione, al consumo e alla gestione di beni e servizi. Il significato comune, invece, è molto più ampio e designa, in forma abbreviata, sistemi, politiche e pratiche economiche. Per costruire un nuovo modello economico è necessario considerare lo "spettro completo" dei rapporti economici. C'è il settore primario vero cuore della produttività, quello che sostiene e rende possibile l'attività economica di tutti gli altri settori.

Il secondo settore è rappresentato dall'economia di comunità non retribuita, comprende il volontariato e quella che oggi viene spesso definita "società civile". Il terzo settore è l'economia di mercato, punto focale di analisi e indicatori economici tradizionali. Il quarto settore è l'economia illegale, quello che include il commercio del sesso e della droga, quello delle armi e altre attività economiche in mano a bande e organizzazioni criminali. Il quinto settore comprende l'economia di

governo, quello delle leggi e regole che forniscono servizi pubblici. Il sesto settore è quello dell'economia naturale, che produce risorse grazie alle quali l'economia di mercato si sorregge su modelli economici tradizionali.

La sfida, dunque, è nello sviluppo di modelli, misure e regole economiche che colleghino fra loro i vari settori. Assume un particolare valore il come creare un'economia. "In un'epoca in cui l'alta tecnologia, guidata da valori quali la conquista, lo sfruttamento e la dominazione, minaccia la nostra stessa sopravvivenza - sottolinea più volte Riane Eisler - occorrono invenzioni economiche motivate da un ethos di cura. Serve una rivoluzione".

L'analisi completa ed esaustiva, con vari spunti che fanno riflettere, è ora pubblicata nel libro "La vera ricchezza delle nazioni. Creare un'economia di cura", edizioni Forum di Udine, pagine 282, euro 24.

Chi compie questa analisi è Riane Eisler, studiosa, scrittrice e attivista sociale, nata a Vienna nel 1931, che, a causa delle persecuzioni naziste, si è rifugiata prima a Cuba e poi negli Stati Uniti. Una studiosa che si è occupata di economia sostenibile, interculturalità, fondando con David Loye, il Center for Partnership Studies di cui è presidente.

Il volume, stampato a Udine, propone la prima tradu-

zione italiana di "The Real Wealth of Nations. Creating a Caring Economics" (2007) e si pone in continuità con il lavoro di studio e ricerca del Partnership Studies Group dell'Università di Udine, fondato nel 1998. Una pubblicazione che mette a fuoco l'economia che l'autrice definisce "di cura" e che è essenziale per promuovere una cultura e una società più pacifiche, sostenibili e giuste in grado di aiutarci a coltivare la vera ricchezza delle nostre nazioni e delle culture dei popoli.



L'autrice sviluppa l'argomento mettendo l'economia sotto la lente e proponendo un cambiamento sistematico che tenga conto della visione capitalista, di quella socialista, della tecnologia e del futuro del lavoro, ma anche degli usi

e abusi della tecnologia con tendenze e contro tendenze rispetto al nostro futuro.

"Abbiamo ritenuto fondamentale rendere disponibili in italiano - scrivono nella prefazione Antonella Riem Natale, Alessandra Burelli e Mauro Ceruti - un'altra opera di grande successo di Riane Eisler.

L'obiettivo di tutta l'opera e le diverse attività sociali, educative e umanitarie di Eisler possono essere definiti profondamente umanistici nel senso più positivo e onnicomprensivo della parola".

"Come diversi studiosi e studiosi Eisler mette in discussione - continuano i docenti universitari udinesi - alcune teorie formulate da Adam Smith (1723 - 1790), che viene considerato da tutti il primo degli economisti classici, che hanno spesso motivato e sostenuto le pratiche economiche e le politiche del business globale negli ultimi due secoli".

L'autrice dichiara, nella sua introduzione al volume, che il suo interesse per l'economia è nato già in giovane età, e pur estendendo i suoi interessi anche alla psicologia, la storia, l'antropologia, la pedagogia, la politica, è sempre ritornata all'economia poiché si rendeva conto dell'urgenza di modificare gli attuali sistemi economici al fine di garantire alle generazioni future una vita prospera.

Silvano Bertossi

Il progetto di Friuli Future Forum rinnova il patto tra istituti scolastici provinciali con il sostegno della Regione. Presentazione il 9 maggio

## FFF E SCUOLA



"LE SCUOLE PER L'AGENDA DEL FUTURO"

# Impresa: si studia, si fa

Le scuole coinvolte sono 14 e si aggiunge quest'anno la voce e la linea strategica di Friuli Innovazione

Chiara Pippo

Le Scuole per l'Agenda del Futuro - Udine 2024", progetto nato sotto l'ala di Friuli Future Forum nel 2014 con un accordo di rete tra istituti superiori della provincia, con capofila l'Educando statale Uccellis e il sostegno della Regione, è pronto ora a presentare gli esiti della seconda edizione. Le scuole coinvolte sono 14 e ai partner Camera di Commercio, con Ufficio scolastico regionale e Regione (tramite l'assessorato regionale alle politiche giovanili e istruzione guidato da Loredana Panariti), si aggiunge quest'anno la voce e la linea strategica di Friuli Innovazione. Gli studenti si sono nuovamente impegnati a realizzare riflessioni sul futuro della scuola e della comunità in cui vivono, innovazioni tecnologiche, progetti d'impresa nei settori turismo, agroalimentare, energie pulite, ipotesi di rigenerazione di ex edifici industriali o idee di futuro in linea con i propri indirizzi e aspettative. I nuovi progetti - tantissimi, spesso più d'uno per scuola - saranno presentati insieme il 9 maggio alle 15 in Sala Valduga, ma alcune esperienze hanno già vissuto in questi giorni dei momenti promozionali, come testimoniamo in questa pagina, con due delle iniziative dei licei Marinelli e Percoto. In questa seconda annualità Friuli Innovazione, già promotore di "Impresa in azione" di Junior Achievement Italia dal 2012, ha messo a disposizione uno specifico programma

di educazione imprenditoriale, offerto gratuitamente alle scuole che hanno voluto usufruirne e che sta consentendo agli studenti di sperimentare in modo reale il funzionamento di un'impresa, anche con la presenza di

**Gli studenti si sono nuovamente impegnati a realizzare riflessioni sul futuro della scuola e della comunità in cui vivono**

"mentori", rappresentanti di impresa ed esperti di managerialità. La sinergia tra Friuli Future Forum e di Friuli Innovazione ha permesso di offrire a scuole, insegnanti e studenti nuovi strumenti, anche da ricomprendere nelle azioni di alternanza "scuola-lavoro".

Le scuole aderenti sono: Isis della Bassa friulana (Cervignano), Convitto nazionale Paolo Diacono (Cividale), Isis D'Aronco (Gemona), Isis Manzini (San Daniele), Isis Mattei (Latisana), Isis Linussio (Tolmezzo), Educando statale Collegio Uccellis (Udine, capofila), Isis Stringher (Udine), Isis Percoto (Udine), Istituto professionale Ceconi (Udine), Istituto tecnico Marinoni (Udine) Istituto tecnico Zanon (Udine), Liceo scientifico Marinelli (Udine), Liceo scientifico Copernico (Udine).

MARINELLI

Eco Bin Design

## Eco-cestini a prova di scrivania

Eco Bin Design. "Eco" come passione per l'ecologia e il recupero dei materiali, "bin" come "cestino" in inglese e "design" come attenzione alla qualità, alla funzionalità e all'estetica che un vero prodotto made in Italy non può non possedere. Tre parole per un marchio efficace raccontano l'invenzione imprenditoriale di una ventina di studenti della terza H e terza F del Liceo Scientifico Marinelli di Udine, pensata e realizzata (e non è l'unica emersa dal Liceo) nell'ambito di "Impresa in azione" Junior Achievement, nel percorso attivo promosso da Friuli Innovazione e Friuli Future Forum per le scuole del territorio. I giovanissimi startupper marinelliani hanno presentato per la prima volta alla Libreria Feltrinelli, proprio in questi giorni, la loro idea imprenditoriale, che illustreranno in tutti i dettagli anche il 19 maggio all'evento conclusivo di Impresa in azione, in Loggia San Giovanni: si tratta, in pratica, di cestini portatili, fabbricati in materiale riciclato recuperato da aziende dell'area della sedia e applicabili ai banchi di scuola, ma anche alle scrivanie degli uffici.



Utilissimi, dunque, per mantenere pulizia e ordine sul tavolo di lavoro, senza doversi alzare continuamente, evitando dunque distrazioni e rispettando le norme di sicurezza in spazi ridotti. Il comune desiderio di combattere gli sprechi e rispettare l'ambiente ha dato agli studenti l'abbrivio per partire, assieme alla necessità di risolvere un piccolo fastidio



per chi si trova dietro un banco per diverse ore ogni giorno.

I "bins" sono pure belli da vedere, caratteristica che li rende appetibili anche dal punto di vista della comunicazione e promozione del prodotto. Sono comodi e salva-spazio, con un diametro di 10 centimetri e un'altezza di 25. Sono realizzati con materiali di scarto di aziende e sono disponibili in diverse tonalità di colore e trame.

PERCOTO

Flawness JA

## Eleganti papillon realizzati con seta italiana

A sentirle descrivere il loro progetto, composte e preparate dinanzi a una platea che intimidirebbe anche i relatori "adulti", non c'è dubbio sul loro futuro: le studentesse del liceo Percoto di Udine ideatrici della Flowness JA sono già, a tutti gli effetti, delle imprenditrici. Helena Finati, Aurora Toffanin e Victoria Conti, assieme ai compagni della classe 3DL, all'Hotel Astoria di Udine hanno narrato con entusiasmo la loro esperienza aziendale, nata dal programma di educazione all'imprenditorialità "Impresa in azione" di Junior Achievement, con il sostegno di Friuli Innovazione e la collaborazione di Stefania Vismara di Archetipo Srl, azienda leader del settore moda sposo e cerimonia.

Che cosa hanno creato le tre intraprendenti liceali? Dei "semplici" ed eleganti papillon - indossati dalle stesse ragazze alla presentazione dell'iniziativa -, ma realizzati con seta italiana 100% proveniente da Como. "Così viene preservata la tradizione e fornito un prodotto unico e di qualità eccellente, è un accessorio sia chic che quotidiano che va riportato in voga", afferma Helena Finati, che come le sue compagne già utilizza il linguaggio del marketing.

Le tre studentesse si sono ripartiti i ruoli, come in un vero team di lavoro. Laura si oc-



CURIOSITÀ

### Le aziende credono nei giovani: il caso di Archetipo

Per Archetipo il progetto imprenditoriale del Percoto, coordinato a livello regionale da Friuli Innovazione, è un percorso possibile per contrastare la disoccupazione giovanile. "C'è assoluto bisogno di dare voce a questa opportunità per tutte le giovani generazioni, se lo facciamo insieme è più facile avere successo", è l'opinione della general manager Vismara, che invita aziende e imprenditori a spostare il progetto per le prossime edizioni. A supportarlo, al momento, c'è Impresa in Azione - Junior Achievement, la più va-

sta organizzazione no profit al mondo dedicata all'educazione economico-imprenditoriale nella scuola: riunisce in oltre 120 paesi quasi mezzo milione di volontari d'azienda provenienti da tutti i settori professionali, raggiungendo 10 milioni di studenti al mondo. Il programma didattico "Impresa in Azione", promosso nelle scuole italiane da Junior Achievement (JA Italia è partner di JA Europe, il ramo operativo europeo di JA Worldwide, con sede a Bruxelles), è l'unica esperienza nel nostro paese che consente di arricchire il pro-

cesso di apprendimento partecipando a iniziative, eventi, competizioni a carattere internazionale, insieme a Friuli Innovazione, centro di ricerca e di trasferimento tecnologico aderente al Distretto delle Tecnologie Digitali. "Solo un giovane su 10 in Europa - riporta Elena Piccinato - ha un'esperienza imprenditoriale durante le scuole dell'obbligo. In Fvg seguiamo 1300 studenti, 78 classi, 158 mentori, 30 imprenditori che accompagnano gratuitamente gli studenti perché credono nel futuro dei giovani". (r.t.)

L'APPUNTAMENTO

Oggi c'è l'internet day

L'Internet Day, i 30 anni dell'avvento di internet in Italia saranno celebrati anche in Fvg: Regione e Insiel Spa hanno in programma una serie di eventi che coinvolgeranno scuole, mondo dell'impresa, pubblica amministrazione, associazioni e cittadini. La data è proprio oggi, venerdì 29 aprile. Il primo focus della "maratona" internettiana (già 170

gli appuntamenti in calendario) sarà un workshop sull'Agenda Digitale con il lancio del nuovo portale (nell'Auditorium della Regione a Udine) oltre a un appuntamento dedicato ai giovani e alle esperienze di alternanza scuola-lavoro con il coinvolgimento delle Camere di Commercio. Tutti gli appuntamenti in calendario su [www.internetdayfvg.it](http://www.internetdayfvg.it) e hashtag #idayfvg.

cupa del marketing e grazie a questo progetto ha combattuto la sua timidezza.

Lo si è visto da come ha affrontato il pubblico con spigliatezza, auspicando un inizio di collaborazione con aziende. Vittoria si è dedicata agli aspetti amministrativi e legali; alla presentazione della Flowness ha specificato come prima dell'avvio del progetto nessuno in classe volesse fare l'imprenditore, "adesso siamo tutti uniti ed entusiasti".

Ci interessa far sentire la nostra voce di 16enni, che autogestiscono e autofinanziano un'azienda grazie ad Archetipo che ci ha dato le basi".

Tutto merito dell'educazione economico-imprenditoriale trasferita durante il percorso di alternanza scuola-lavoro, programma proposto dal Ministero dell'Istruzione a partire da questo anno scolastico. Ga-

riella Zanocco, dirigente scolastico del Percoto - alla presentazione della Flowness JA accompagnata da Paolo Trentin, docente del Percoto e tutor della classe 3DL -, sottolineando l'importanza del rapporto scuola/lavoro ha ammesso la difficoltà di conciliare l'offerta tradizionale del liceo con la formazione aziendale (per molti licei la legge 107/15 sull'alternanza scuola lavoro è stata vista come una imposizione), "ma sono certa che dopo queste esperienze faranno scelte più convinte poiché il liceo non prepara forse al mondo del lavoro, ma fa capire com'è, e fornisce le competenze adatte per essere flessibili visto che tra 5 anni il mondo sarà ancora di nuovo cambiato.

Dire oggi che un'università darà degli sbocchi potrà non valere più tra poco".

Rosalba Tello

Intervista al docente Davide Bearzi, partner della Coveco srl di Udine

## FORMAZIONE



### LA NOVITÀ

# Innovazione nell'impresa

La Camera di Commercio di Udine organizza un corso che prenderà il via da giugno

Luciano Patat

Un tempo, l'innovazione era un fattore che comportava effetti "in tempi dilatati". Le novità tecnologiche, con l'adozione di sistemi meno costosi e in grado di soddisfare bisogni nuovi, davano vita a forme di business che duravano anni, se non decenni. Oggi, con un mondo che va veloce e muta costantemente, l'innovazione dirompente può avere effetti quasi istantanei, demolendo e rifondando da zero interi settori in pochi mesi, se non addirittura settimane o giorni.

**"Per essere competitive le aziende dovranno saper prendere decisioni sulla base di analisi sofisticate dei dati e orientare l'attività di team autogestiti"**

Per aiutare le aziende a capire come porsi in un simile quadro di mutamento, la Camera di Commercio di Udine organizza un corso, che prenderà il via da giugno: "Impresa innovativa. Tecniche organizzative per l'accelerazione dell'innovazione e del cambiamento" è il titolo del ciclo di incontri che ha come finalità quella di aiutare le imprese a orientarsi ai giorni d'oggi.

Il docente è Davide Bearzi, partner della Coveco srl di Udine, società che si occupa di consulenze di direzione e di strategie di impresa. È un esperto di sviluppo organizzativo e di innovazione di processi aziendali. A lui il compito di svelarci qualche particolare in più. **Bearzi, a chi è dedicato il corso? Guarda soltanto alle start-up, oppure anche ad aziende già conso-**



### A MAGGIO

## I segreti del web

Maggio sarà una sorta di mese del web in Camera di Commercio, perché la sua Azienda speciale I.Ter-Formazione ha in programma un mini-corso che aprirà e chiuderà il mese: il 5 maggio si parlerà di strategic web marketing per le Pmi con Rosy Russo di UauAcademy e il 25 maggio di come posizionare un sito sui motori di ricerca, una guida pratica al lavoro di "Seo", che sarà proposta dal

digital strategist Davide Nonino. Al primo appuntamento si approfondiranno tutte le ultime in tema di comunicazione online, tra hashtag, facebook marketing e tutti i perché e i come essere sui social con efficacia. Con Nonino si spazierà poi dall'architettura alla realizzazione dei contenuti fino all'acquisizione dell'autorevolezza in rete. Tutti i dettagli su [www.ricercaeformazione.it](http://www.ricercaeformazione.it)

lidate?

«Penso che nei prossimi anni assisteremo a un radicale ripensamento delle strutture organizzative aziendali, con un cambiamento che riguarderà non soltanto le start-up, ma anche aziende già consolidate. Il corso si rivolge a tutti coloro che vogliono essere protagonisti nel nuovo paradigma organizzativo e on vogliono farsi sorprendere e travolgere dalle novità in arrivo». Qual è l'idea di fondo che caratte-

rezza il corso?

«Per essere competitive le aziende dovranno sempre di più saper prendere decisioni sulla base di analisi sofisticate dei dati, orientare l'attività di team autogestiti e garantire una costante condivisione delle conoscenze con le proprie comunità di riferimento. Per realizzare tutto questo servono modelli organizzativi ad hoc capaci da un lato di ospitare le nuove tecnologie abilitanti e dall'altro di favorire una "filosofia

d'azione" fondata sul decentramento, la partecipazione e il gusto per l'esperimento».

**In che modo, oggi, si può stare al passo con i tempi dell'innovazione?**

«È possibile farlo sfruttando a pieno il processo di "democratizzazione" tecnologica in corso, condividendo più informazioni possibili, una sorta di open source dei propri problemi. Facendo propria, quindi, una cultura che favorisce il "provare" e che non demonizza "l'errore"».

**E mediante quali strumenti?**

«Ne cito solamente tre: Big Data, Objectives and Key Results e Lean start-up».

**Di che cosa si tratta? E in che modo possono aiutare un'impresa a essere "innovativa"?**

«I tre strumenti dei quali ho parlato fanno parte di un percorso ben preciso. Si parte dalla lettura corretta dei dati per capire dove sta andando il mondo (Big Data), per poi mantenere la rotta nella tempesta (Okr) e avere il coraggio di sperimentare situazioni inedite (Lean start-up). Sono tre pilastri fondanti di un'impresa innovativa che guarda al nuovo scenario creatosi negli ultimi anni».

**Quali benefici può portare il suo corso?**

«Davanti a noi si apre un'era di tecnologie rivoluzionarie. Sarà sufficiente utilizzarne soltanto alcune per produrre cambiamenti così profondi nel modo di lavorare da non avere precedenti nella storia. Non prepararsi a tutto questo significa rischiare l'espulsione dal mondo degli affari e del lavoro».

Per informazioni sul corso è possibile contattare la Camera di Commercio di Udine, inviando una mail a [daniela.morgante@ud.camcom.it](mailto:daniela.morgante@ud.camcom.it). Insomma, in un quadro di business in costante e repentino mutamento, le aziende di oggi non possono stare di certo "immobili". Meglio prevenire che trovarsi fuori dal mercato per non aver saputo cogliere i cambiamenti in corso.

### PER I GIOVANI NEET

## L'iniziativa "Crescere imprenditori"

Per i giovani Neet, che non studiano né lavorano, la Camera di Commercio di Udine sarà parte dell'iniziativa nazionale "Crescere imprenditori", per promuovere l'autoimprenditorialità attraverso attività di formazione e accompagnamento all'avvio d'impresa. La formazione sarà attivata da maggio e le informazioni saranno disponibili su [www.ricercaeformazione.it](http://www.ricercaeformazione.it). Promossa dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Autorità di gestione del Programma Garanzia Giovani, l'attuazione dell'iniziativa è affidata a Unioncamere e messa in atto dalle strutture specializzate delle Camere di commercio. L'iniziativa si rivolge ai giovani che abbiano tra i 18 e i 29 anni e siano iscritti a "Garanzia Giovani" ma non ancora presi in carico da un Servizio per l'impiego o non abbiano usufruito di alcuna misura.

Possono aderire pure i giovani che abbiano partecipato ai laboratori di "Crescere in Digitale" e quelli già in contatto con gli sportelli Filo per l'imprenditorialità. Sono potenzialmente 6.200 i Neet che saranno accompagnati nella creazione e nello start up di nuove imprese. Si comincia con un test online di autovalutazione sul portale Filo Unioncamere accessibile da sezione dedicata di [www.garanziegiovani.gov.it](http://www.garanziegiovani.gov.it). L'autenticazione va effettuata tramite il portale Cliclavoro. I ragazzi saranno poi contattati in ordine cronologico e indirizzati alle sedi camerale di riferimento per iscriversi alla formazione finalizzata alla redazione del piano di impresa. I giovani selezionati potranno ricevere il supporto al credito agevolato "Fondo SEL-FIEmployment", attuato dal Ministero del Lavoro e gestito da Invitalia.



Sono potenzialmente 6.200 i Neet che saranno accompagnati nella creazione di nuove imprese

05/05

### STRATEGIC WEB MARKETING PER LE PMI

Perché oggi un'azienda non può non investire nel web marketing

Date previste: **5 maggio**  
 Orario: **09.00 - 13.00 e 14.00 - 17.00**  
 Docente: **Rosy Russo**  
 Durata: **7 ore**  
 Costo: **€ 115,00 (No Iva)**  
 Informazioni: [daniela.morgante@ud.camcom.it](mailto:daniela.morgante@ud.camcom.it)



26/05

### PRATICHE REGISTRO IMPRESE COMUNICA STARWEB

Date previste: **26 maggio**  
 Orario: **14.30 - 17.30**  
 Docente: **Funzionario Registro Imprese**  
 Durata: **3 ore**  
 Costo: **€ 50,00 (No Iva)**  
 Informazioni: [mauro.chiaruttini@ud.camcom.it](mailto:mauro.chiaruttini@ud.camcom.it)



20/05

### DALL'UTILE AL CASH FLOW, STRUMENTI E TECNICHE PER GESTIRE LA LIQUIDITÀ

Date previste: **20 e 27 maggio**  
 Orario: **09.00 - 13.00**  
 Docente: **Francesco Lagonigro**  
 Durata: **8 ore**  
 Costo: **€ 120,00 (No Iva)**  
 Informazioni: [vania.crispino@ud.camcom.it](mailto:vania.crispino@ud.camcom.it)



24/05

### CORSO PRATICO PER I RAPPORTI DI VALUTAZIONE IMMOBILIARE PER GLI ISTITUTI DI CREDITO SECONDO LINEE A.B.I.

Date previste: **24 maggio**  
 Orario: **09.00 - 13.00 e 14.00 - 18.00**  
 Docente: **Enrico Boscaro**  
 Durata: **8 ore**  
 Costo: **€ 105,00 (No Iva)**  
 Informazioni: [mauro.chiaruttini@ud.camcom.it](mailto:mauro.chiaruttini@ud.camcom.it)



25/05

### COME POSIZIONARE UN SITO SUI MOTORI DI RICERCA: GUIDA PRATICA ALLA SEO

Date previste: **25 maggio**  
 Orario: **09.00 - 13.00 e 14.00 - 17.00**  
 Docente: **Davide Nonino**  
 Durata: **7 ore**  
 Costo: **€ 115,00 (No Iva)**  
 Informazioni: [daniela.morgante@ud.camcom.it](mailto:daniela.morgante@ud.camcom.it)



### CORSI APPRENDISTATO

**SICUREZZA E PREVENZIONE INFORTUNI**  
 Date previste: **da lunedì 2 maggio a lunedì 30 maggio**  
 Orario: **08.30 - 12.30 e 13.30 - 17.30**  
 Durata: **40 ore**

**INGLESE PER LA PROFESSIONE**  
 Date previste: **da martedì 24 maggio a martedì 21 giugno**  
 Orario: **08.30 - 12.30 e 13.30 - 17.30**  
 Durata: **40 ore**

Informazioni: [vania.crispino@ud.camcom.it](mailto:vania.crispino@ud.camcom.it)



### FORMAZIONE FINANZIATA in ambito aziendale

Sono aperte le iscrizioni a:

- Impresa innovativa. Tecniche organizzative per l'accelerazione dell'innovazione e del cambiamento, durata 60 ore.
- Il controllo strategico: Strumento innovativo per misurare le performance e creare valore nel tempo, II ed., durata 24 ore.

Informazioni: [daniela.morgante@ud.camcom.it](mailto:daniela.morgante@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](http://www.ricercaeformazione.it)  
[ricercaeformazione@ud.camcom.it](mailto: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](http://www.ricercaeformazione.it)

Dalle missioni nella East coast e nel Midwest alla partecipazione alla fiera del design a New York

## INTERNAZIONALIZZAZIONE



### GLI APPUNTAMENTI

# Maggio a stelle e strisce

Occasioni per le imprese friulane negli Usa grazie alle sinergie del sistema-Regione

L'economia Fvg è pronta per un maggio a "stelle e strisce": ecco le occasioni per le imprese negli Usa, coordinate dalla Cciao di Udine sotto l'egida di una missione realizzata in sinergia con il sistema camerale e istituzionale regionale, a partire dalla Regione Fvg.

Molti di questi appuntamenti sono il risultato del buon esito della precedente missione collettiva negli States, lo scorso settembre, guidata dalla presidente Fvg Serracchiani (info per le imprese

**La delegazione dell'Ict visiterà le università di MIT e Harvard grazie alla collaborazione con il Sistema Italia locale**



Una recente missione a New York a Eataly

su [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it)).

**Missione Esplorativa East Coast americana e Midwest.** Boston e Toronto, ma anche Chicago. Mete nuove e tradizionali per i viaggi-studio delle imprese friulane. Si parte dal comparto dell'Ict, che la Cciao ha già coinvolto con percorsi specifici di conoscenza e confronto con aziende e realtà accademiche statunitensi tra le più importanti al mondo. La delegazione, che avrà anche un'importante componente istituzionale, toccherà Boston (Mit e Harvard sono le università che verranno visitate grazie alla collaborazione con il Sistema Italia locale) e quindi Toronto, dal 17 al 20 maggio.

Per le imprese dei settori arredo e meccanica invece è prevista una tappa a Chicago dal 18 al 20 maggio, con incontri agendati e b2b.

**Friuli Month a Eataly.** A Eataly

Ny e Chicago, oltre alla possibilità di presentarsi come sistema-regione in questa irripetibile vetrina d'eccellenza per tutto maggio, l'esperienza delle imprese potrà tradursi anche in ottime occasioni di promozione del territorio.

**Arredo e design.** Dal 14 al 17 maggio, a New York, spazio per le imprese dell'arredo-design. Le Cciao regionali hanno promosso la partecipazione collettiva a Ho.Mi. New York ([www.homimilano.com/it/ho.mi.newyork](http://www.homimilano.com/it/ho.mi.newyork)), la più prestigiosa vetrina per il design contemporaneo negli States.

**A consuntivo: i check up "a tutta America" fatti in aprile.** Aperti i vari fronti dell'internazionalizzazione verso le grandi Americhe, la Camera di Commercio di Udine ha realizzato, nel mese di aprile, una serie di incontri individuali e collettivi per le aziende, nella sua sede di piazza Venerio. Le occasioni di approfondimento con va-

**La Cciao ha realizzato, nel mese di aprile, una serie di incontri individuali e collettivi per le aziende riguardanti l'intera America**

ri esperti-Paese hanno consentito agli imprenditori interessati di conoscere meglio singoli mercati, ma anche di valutare concretamente le reali opportunità per la propria azienda, per i propri prodotti o servizi, di promuoversi e diffondersi su quei mercati. Il modo migliore per prepararsi, magari, a conoscerli ancor più da vicino partecipando alle prossime missioni e alle collettive in fiera.

Si è partiti il 5 aprile con i check up dedicati al mercato del

Midwest. Con le imprese friulane si è confrontato Salvo Bonanno, della Camera di Commercio Italiana del Midwest, che ha evidenziato i settori più promettenti e ha valutato la propensione a quel mercato, al centro del quale c'è Chicago, dei singoli partecipanti. Dal 6 al 7 aprile ci si è invece concentrati sugli incontri di approfondimento dedicati sul Sudamerica, in vista della missione economica prevista nel mese di novembre in Cile e Colombia, con il coordinamento delle Camere di Commercio di Udine, Gorizia e Pordenone. In videoconferenza, hanno incontrato le imprese i direttori degli uffici Ice coinvolti, supportati dai trade analyst dei singoli settori, che si sono messi a disposizione per approfondimenti personalizzati con le singole imprese. Da Sud a Nord: il 12 aprile è stata la volta del Canada, per i check up cui ha pre-

so parte una decina di imprese friulane. Un mercato che continua a confermarsi stabile, uno dei rarissimi che conserva Tripla A, è anche mercato profondamente aperto e si sta aprendo ancor più attraverso accordi bilaterali di libero scambio con tanti Paesi. Automotive, energie pulite, agroalimentare, arredo ma anche trasporti, biotecnologie e Ict sono i settori di punta per le aziende del Fvg che vogliono crescere sul mercato del Canada. Paese verso cui la Cciao ha anche attivato da qualche tempo servizi specifici, come un vero e proprio Desk di informazione, supporto, analisi e servizio.

Ed è stata la referente del Desk Canada, infatti, a condurre in aprile gli incontri personalizzati con le nostre imprese. Infine: Texas e Messico. È stato questo l'approfondimento più recente per le imprese, fornito in Cciao di Udine il 21 aprile e propedeutico anche a una prossima missione (info su [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it)), che toccherà entrambe le tappe. Il Texas è il secondo Stato per dimensioni (dopo l'Alaska) e il secondo per popolazione (dopo la California). Oltre 1,3 milioni di persone hanno un reddito superiore ai 100 mila dollari annui e ben 57 tra le 500 maggiori società americane, secondo la classifica Fortune 2014, hanno la loro sede principale in questo Stato.

Quanto al Messico, Paese membro del G20 e dell'Ocse, è la seconda economia dell'America Latina e vanta accordi di Libero Commercio con più di 40 Paesi.

La popolazione è molto giovane, la manodopera qualificata e competitiva, il management di formazione nordamericana. Il sistema produttivo messicano è un grande acquirente di tecnologie "Made in Italy", ma anche dell'arredamento e dell'agroalimentare.

### ARMENIA

#### Edilizia a Yerevan

**Yerevan, capitale dell'Armenia, sarà meta di incontri d'affari per le imprese del settore dell'edilizia, nell'ambito della Fiera "Construction and Interior" Expo 2016, che si terrà dal 27 al 29 maggio prossimi.** A promuoverli è la Camera di Commercio di Udine in qualità di sportello territoriale di Enterprise Europe Network (Een), la più grande rete europea di supporto allo sviluppo delle Pmi. Con l'Armenia, in particolare, si andrà così anche a consolidare un percorso di conoscenza e scambio avviato in questi ultimi anni, con incontri, approfondimenti e iniziative economiche e culturali realizzate a Udine promosse dalle categorie economiche e Confindustria in particolare. La Fiera "Construction and Interior" è il più grande evento fieristico internazionale che si tiene in Armenia. Ci saranno più di 120 espositori locali e stranieri provenienti dall'Armenia stessa, da Russia, Georgia e Iran.

Le aziende interessate a partecipare agli incontri bilaterali devono compilare la scheda di adesione per ricevere la lista degli espositori in fiera, interessati agli incontri. Una volta selezionati, saranno create le singole agende. Le imprese sono invitate a restituire quanto prima alla Cciao la scheda di adesione presente su [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it). Per informazioni: 0432.273537 e mail [progetti.info@ud.camcom.it](mailto:progetti.info@ud.camcom.it).



## Internazionalizzazione

### Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine  
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine  
Tel. 0432 273 516 / 534  
[www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it)  
[progetti.info@ud.camcom.it](mailto:progetti.info@ud.camcom.it)

Per il calendario aggiornato e completo delle attività del secondo semestre e per le modalità di iscrizione, visitare il sito [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it) alla sezione "Internazionalizzazione"

Vuoi essere informato su attività di promozione della Camera di Commercio? Iscriviti alla nostra mailing list direttamente dal sito camerale.

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

Informazioni: tel. 0432 273 516 / 534  
email: [progetti.info@ud.camcom.it](mailto:progetti.info@ud.camcom.it)  
[www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it)

Missioni Imprenditoriali	<b>Missione imprenditoriale - focus Area caspica</b>   Baku, Astana, Almaty (AZERBAIJAN, KAZAKHSTAN) <b>12 - 16 settembre</b>   Multisetoriale
	<b>Missione imprenditoriale - focus Texas e America Centrale</b>   Messico City, Houston (MESSICO, TEXAS) <b>19 - 23 settembre</b>   Multisetoriale
	<b>Missione imprenditoriale - focus SudEst Asiatico + Oceania</b>   Jakarta, Sydney (INDONESIA, AUSTRALIA) <b>24 - 28 ottobre</b>   Multisetoriale
	<b>Missione imprenditoriale - focus Canada</b>   Toronto, Vancouver, Winnipeg (CANADA) <b>31 ottobre - 04 novembre</b>   Multisetoriale
	<b>Missione imprenditoriale - focus Sudamerica</b>   Santiago, Bogotà (CILE, COLOMBIA) <b>28 novembre - 02 dicembre</b>   Multisetoriale
	<b>Missione imprenditoriale - focus Golfo</b>   Mascate, Dubai, Teheran (OMAN, EAU, IRAN) <b>novembre</b>   Multisetoriale
Fiere	<b>Partecipazione alla fiera Wetex</b>   Dubai (EAU) <b>04 - 06 ottobre</b>   Energia Sostenibilità
	<b>Partecipazione alla fiera Sial</b>   Parigi (FRANCIA) <b>16 - 20 ottobre</b>   Food&Wine
	<b>Partecipazione alla fiera Welcome Italia</b>   Londra (REGNO UNITO) <b>21 - 23 ottobre</b>   Food&Wine
	<b>Fiera Bio Europe</b>   Colonia (GERMANIA) <b>07 - 09 novembre</b>   Meccanica Elettronica (biotech)
	<b>Fiera Vinitech Sifel</b>   Bordeaux (FRANCIA) <b>29 novembre - 01 dicembre</b>   Meccanica Elettronica (food technology)
Accoglienza Operatori Esteri	<b>Conoscere per esportare il proprio business: focus Expo2020 Emirati Arabi Uniti e Iran</b>   Udine <b>11 luglio</b>   Food&Wine
	<b>Accoglienza di operatori dall'estero: focus Area Caspica</b>   Udine <b>ottobre</b>   Food&Wine

La Camera di Commercio favorisce la partecipazione in collettiva permettendo così alle imprese Fvg di fare massa critica

## CAMERA DI COMMERCIO



### IL CALENDARIO

# Fiere in tutto il mondo

Una fitta serie di appuntamenti da Sial a Indometal passando per Welcome Italia

**S**ial, Indometal, Welcome Italia. E tante nuove occasioni d'affari in altre fiere europee. Le imprese friulane sono accompagnate in tutto il mondo dal sistema camera, che promuove e coordina la loro partecipazione ad alcuni dei primari Saloni internazionali, tutti eventi evidenziati in un'apposita sezione del sito [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it) dedicata all'internazionalizzazione e in particolare alle varie iniziative distinte per tipologie. E gli esiti sono più che soddisfacenti, come confermato anche di recente da tre imprese regionali, che hanno partecipato in collettiva ad Hannover Industrial Supply.

Ecco alcune delle prossime occasioni fieristiche. Se il mercato europeo è fondamentale punto di riferimento soprattutto per le imprese del food, la partecipazione in collettiva al Sial Parigi diventa altrettanto fondamentale per le imprese friulane, per espandere le proprie opportunità di crescita e innovazione.

La 27° edizione della Fiera si terrà al Parc d'Exposition de Paris-Nord Villepinte dal 16 al 20 ottobre. L'edizione 2014 del Sial è stata visitata da oltre 150 mila operatori, di cui oltre il 60% internazionali, provenienti da circa 194 Paesi. I 6mila e 600 espositori, in rappresentanza di 104 Paesi, hanno occupato una superficie espositiva di circa 242 mila metri quadri.

Nell'edizione 2016, il Padiglione italiano ospiterà oltre 200 espositori. La Collettiva Italiana si articolerà nell'area allestita nella Hall 1 ed ospiterà solo aziende.

Prendiamo poi il valore primario del nostro export, costi-



La fiera Sial di Parigi si terrà dal 16 al 20 ottobre

tuito dall'industria e dalla meccanica, macchinari e metalli, in particolare: ecco che arriva anche per questo comparto l'occasione di partecipare come sistema a Indometal, principale evento fieristico che si tiene a Giacarta dal 25 al 27 ottobre 2016. Le iscrizioni vanno inviate alla Cciaa quanto prima.

Ancora food. E parliamo ora di Welcome Italia. La Cciaa di Udine promuove la partecipazione collettiva curata dall'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pordenone, Con-Centro, alla quarta edizione del Salone, che si terrà a Londra dal 21 al 23 ottobre prossimi. L'evento è dedicato ai produttori italiani del settore agroalimentare che vogliono entrare nel mercato inglese o rafforzare la presenza: l'occasione ideale per inserirsi in uno dei mercati più ricchi e dinamici a livello europeo e non solo. Si tratta di un'opportunità particolarmente interessante, dunque, organizzata dalla Camera di Commercio Italiana per il

**Indometal è principale evento fieristico, per la meccanica, che si tiene a Giacarta dal 25 al 27 ottobre 2016**

Regno Unito. Si terrà nella prestigiosa Royal Horticultural Halls, in pieno centro a Londra, e sarà un appuntamento dedicato agli appassionati gourmet che vogliono scoprire ed esplorare il mondo dell'enogastronomia italiana.

La Camera di Commercio favorisce la partecipazione in collettiva permettendo così alle imprese Fvg di fare massa critica e presentarsi come sistema agli operatori internazionali, nel contempo riducendo i costi di presenza in fiera delle singole aziende. Tutte le info sul sito Cciaa, anche per adesioni ad altri eventi fieristici, già in calendario.

### MEDIORIENTE

#### Focus in attesa delle missioni

**S**i comincia l'11 luglio, con un seminario di approfondimento per conoscere meglio alcuni mercati mediorientali, che mostrano dati e tendenze molto promettenti per accrescere gli affari e le opportunità di internazionalizzazione delle aziende friulane. Il focus sarà sui Paesi del Golfo e l'incontro si concentrerà in particolare sulle occasioni di business che derivano dall'Expo 2020, che sarà ospitato proprio a Dubai. E sempre a Dubai, infatti, si andrà in missione per partecipare a una fiera dedicata alle imprese del settore ambiente ed edilizia. L'appuntamento fieristico è in programma dal 4 al 8 ottobre prossimi e consentirà di favorire i contatti diretti su questo importante mercato, nell'ambito di un Salone in grado di attrarre operatori specializzati e interesse da tutto il mondo. Ma non ci sarà "solo" l'occasione della fiera per conoscere meglio e puntare a nuove collaborazioni commerciali con l'area mediorientale. Per la seconda metà di novembre, infatti, la Camera di Commercio di Udine, in collaborazione con il sistema camerale regionale, ha già messo in scaletta una vera e propria missione economica multisettoriale, che toccherà, con varie tappe che saranno le imprese stesse a scegliere in base alle proprie esigenze e aspettative di internazionalizzazione, i mercati dell'O-

man, degli Emirati arabi uniti e anche l'Iran. Le tappe programmate saranno rispettivamente Mascate, Dubai e Teheran, quest'ultima anche in consolidamento dell'azione



Un'immagine di Dubai

di sistema già avviata proprio a inizio 2016 con la prima importante missione regionale guidata dalla presidente Fvg Debora Serracchiani. In attesa dei dati completi dell'annualità 2015, l'interscambio tra Fvg e Iran, in base alle elaborazioni del Centro studi Unioncamere Fvg-Cciaa di Udine, si è attestato nella prima metà del 2015 sui 10,3 milioni di euro, in particolare con macchinari, per impiego generale e speciale, e strumenti e forniture medici e dentistici. Nel 2014 Udine ha realizzato oltre il 53% delle esportazioni. Tutte le informazioni e i moduli di adesione sono disponibili nella sezione internazionalizzazione del sito [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it) e scrivendo a [progetti.info@ud.camcom.it](mailto:progetti.info@ud.camcom.it).

### BREVETTI

#### Novità per chi deposita marchi

**D**allo scorso 23 marzo, con l'entrata in vigore del nuovo Regolamento europeo sul marchio comunitario, il n. 2015/2424, l'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (Uami) si chiama Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (Euiipo). Il nome del marchio comunitario registrato dall'Ufficio diventa dunque "marchio dell'Unione europea" (Eutm). Il sito Internet, le applicazioni, i calcolatori delle tasse e gli strumenti online sono stati aggiornati per tener conto della nuova denominazione e del nuovo regime tariffario. Il regolamento rivede infatti anche le tasse, compresa una riduzione complessiva, in particolare, nel caso del rinnovo dei marchi. Il nuovo indirizzo del sito è [www.euiipo.europa.eu](http://www.euiipo.europa.eu). L'account Twitter è @EU\_IPO. Il Marchio dell'Unione Europea è un marchio unico valevole sull'intero territorio Ue. Conferisce al suo titolare un diritto che ha valore in tutti gli Stati membri e si acquisisce con la registrazione sull'apposito registro tenuto appunto dall'Euiipo. La domanda va depositata presso la sede dell'Euiipo di Alicante, di persona, via fax, posta, corriere, in modalità elettronica (e-filing). La durata del marchio è di 10 anni, rinnovabile indefinitamente su richiesta del titolare. Non è possibile effettuare il deposito presso gli Uffici Brevetti e Marchi delle Camere di Commercio.



## MARCHI BREVETTI DISEGNI DIFENDI LA TUA IDEA

**Nuovo Punto Orientamento Proprietà Intellettuale, l'esperto risponde!**

#### COME PROTEGGERE UN'IDEA?

- Presso l'Ufficio Brevetti e Marchi della Camera di Commercio, il servizio *Nuovo Punto Orientamento* fornisce consulenze sui diversi strumenti di tutela della proprietà intellettuale.
- Imprenditori ed aspiranti tali hanno l'opportunità di incontrare professionisti a cui sottoporre quesiti su marchi d'impresa, invenzioni industriali, modelli di utilità, disegni e modelli (design), software, diritto d'autore, know how, anticontraffazione e licensing.

#### A CHI È RIVOLTO?

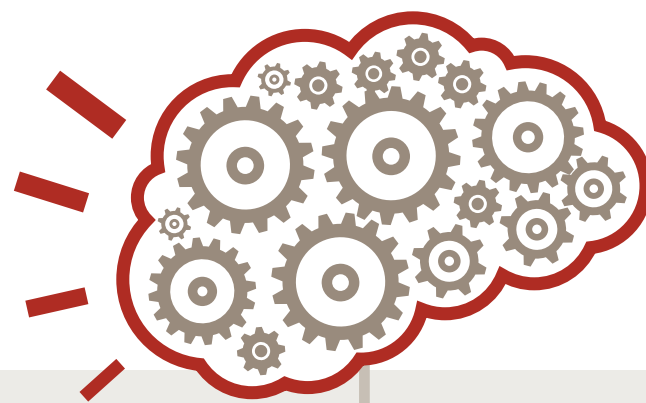
- Alle imprese che intendono valorizzare e tutelare la propria idea imprenditoriale.
- Agli inventori e a tutti coloro che vogliono conoscere gli strumenti a disposizione per orientarsi in merito alle proprie idee e progetti.

- Il servizio si avvale della collaborazione di consulenti in proprietà industriale iscritti all'ordine; gratuito su appuntamento.

- I titoli di Proprietà Intellettuale quali *marchi, brevetti per invenzione industriale, modelli di utilità, disegni e modelli*, sono fondamentali per le imprese per tutelare la propria capacità creativa, sviluppare una strategia di crescita ed investire in ricerca e innovazione.

Ufficio Brevetti e Marchi  
Cciaa di Udine - Via Morpurgo 4  
tel. 0432 273 255  
[brevetti@ud.camcom.it](mailto:brevetti@ud.camcom.it) - [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it)

**Contatta la Camera di Commercio  
e prenota il tuo appuntamento**



Il programma udinese si articolerà in incontri b2b, in degustazioni, in visite ai siti Unesco e al capoluogo friulano e dintorni

## CAMERA DI COMMERCIO



### MIRABILIA

# Alla scoperta dell'Unesco

Udine e il Friuli saranno la sede della "Borsa internazionale del turismo culturale" dal 23 al 26 ottobre

Udine e il Friuli saranno la sede della prossima "Borsa internazionale del turismo culturale", quinta edizione, su cui si alzerà il sipario dal 23 al 26 ottobre prossimi. L'evento, che tocca di anno in anno una tappa diversa, rappresenta il fulcro del progetto Mirabilia, a cui aderiscono le Camere di Commercio di Bari, Brindisi, Chieti, Genova, La Spezia, Lecce, Matera, Messina, Perugia, Siena, Taranto e ovviamente Udine, con l'obiettivo di promuovere in modo sinergico una rete integrata di siti Unesco "meno noti", nei confronti di un pubblico internazionale sempre più attento a un'offerta turistica originale e di grande qualità. Il progetto ha contribuito negli anni alla definizione di una strategia per il posizionamento delle Pmi sui mercati internazionali e ha anche ottenuto il riconoscimento "European Enterprise Promotion Awards 2014", promosso dalla Commissione Europea. La prossima Borsa Internazionale del Turismo culturale vedrà la presenza a Udine di circa 50 buyers internazionali selezionati e un gruppo di giornalisti specializzati, provenienti da alcune delle più interessanti aree mercato per il turismo "culturale", i quali incontreranno gli operato-



Una veduta di Aquileia

ri del territorio regionale e delle Camere di Commercio partner del progetto. Una sezione del programma sarà inoltre dedicata alla promozione dei prodotti agroalimentari. Con l'obiettivo di assumere una dimensione "europea", il progetto ha sviluppato efficaci relazioni anche con le Camere di Commercio francesi di Libourne, Carcassonne e Tarne, area questa dalla quale sarà accolta a Udine una rappresentanza di operatori del settore.

Il programma udinese si articolerà in incontri b2b fra l'offerta delle dodici destinazioni e la

domanda dei grandi buyer turistici internazionali, in degustazioni e in visite ai siti Unesco e alla città di Udine e dintorni. L'inaugurazione proporrà un workshop tematico e l'iniziativa vedrà coinvolti tutti i Comuni sedi di patrimonio Unesco in Friuli e le fondazioni coinvolte, la Regione e PromoturismoFvg, il Comune di Udine e le associazioni di categoria.

L'ultima edizione dell'iniziativa, che si è svolta a Lipari lo scorso ottobre, ha visto la partecipazione di 59 buyers e circa 100 operatori italiani.

### LA SCADENZA

#### Mud entro domani

Il Modello Unico di Dichiarazione ambientale (Mud) 2016 per i rifiuti prodotti e gestiti nel 2015 dev'essere presentato dai soggetti tenuti all'adempimento entro il 30 aprile. Ancora una volta, il modello è articolato in Comunicazioni che dovranno essere presentate alle Camere di Commercio e non c'è alcuna modifica dei soggetti obbligati, immutati rispetto al 2015, e individuati come indicato nell'apposita sezione del sito [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it), dove tutto è spiegato nel dettaglio. Anche le modalità di compilazione sono rimaste invariate e prevedono, in base a caratteristiche espressamente previste, una modalità cartacea semplificata oppure una telematica. Sono invariati pure gli importi dei diritti di segreteria: 15 euro per la dichiarazione cartacea oppure 10 euro per la dichiarazione telematica.

### IL SERVIZIO

#### Visure anche in inglese

Un'ulteriore agevolazione all'apertura all'estero delle nostre imprese arriva anche dalla possibilità di richiedere i certificati e le visure camerali in lingua inglese. Il servizio è offerto dai Registri imprese delle Camere di Commercio italiane, tramite Infocamere, e possono richiederli le aziende che operano con l'estero, ma anche le aziende straniere che hanno interessi in Italia. In poco più di un anno, da quando è stato attivato il servizio, la Cciaa di Udine ha emesso circa 120 tra certificati e visure in inglese. In tutta Italia ne sono stati emessi 7.380 finora. Le nostre imprese impegnate in attività di import-export sono così agevolate nel fornire la documentazione richiesta dalle autorità straniere. Si può ottenere un certificato in inglese sia allo sportello della Cciaa su [registroimprese.it](http://registroimprese.it), senza doversi avvalere di una traduzione giurata. Di fatto, per l'azienda, un risparmio in termini di tempo e costi. L'utilizzo del certificato in inglese in uno Stato estero sarà esente dall'imposta di bollo. Come il certificato, la visura in inglese favorisce ancor più l'accesso a un operatore straniero intenzionato a conoscere la situazione giuridica e le principali informazioni di un'impresa italiana. Ulteriore vantaggio dei nuovi certificati in inglese è la presenza del "QR Code", il codice identificativo dei documenti ufficiali delle Camere di Commercio. Come già per la visura, grazie al "QR" chiunque può verificare, da smartphone e tablet, la corrispondenza tra il documento in suo possesso e quello archiviato dal Registro Imprese. Il codice si legge tramite l'app "Ri Qr Code" di InfoCamere, scaricabile gratuitamente dai principali store o da [registroimprese.it](http://registroimprese.it).



### APRILE

**29** INTERNET DAY FVG:  
IL SUAP AL SERVIZIO DELLE IMPRESE  
Cciaa Udine (ore 10.30-12.00)

**30** MUD 2016  
Termine ultimo per la presentazione delle comunicazioni

### MAGGIO

**02** CORSI APPRENDISTATO:  
SICUREZZA E PREVENZIONE INFORTUNI  
Cciaa Udine (2, 9, 16, 23, 30 maggio, 8.30-12.30 e 13.30-17.30)

**05** STRATEGIC WEB MARKETING PER LE PMI  
Cciaa Udine (9.00 - 13.00 e 14.00 - 17.00)

**12** INCONTRI D'AFFARI FORUM EU SAIR  
Dubrovnik | CROAZIA

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

**14** FIERA ICFF  
New York | USA (fino al 17 maggio)

**17** MISSIONE ESPLORATIVA SETTORE ICT:  
EAST COAST AMERICANA  
Boston | USA, Toronto | CANADA (fino al 20 maggio)

**18** MISSIONE ESPLORATIVA NEL MIDWEST  
DEGLI STATI UNITI D'AMERICA  
Chicago | USA (fino al 20 maggio)

**20** DALL'UTILE AL CASH FLOW, STRUMENTI E TECNICHE PER  
GESTIRE LA LIQUIDITÀ  
Cciaa Udine (20 e 27 maggio, ore 9.00 - 13.00)

**24** MISSIONE IMPRENDITORIALE IN SVIZZERA  
Ginevra, Zurigo | SVIZZERA (fino al 26 maggio)

**24** CORSI APPRENDISTATO: INGLESE PER LA PROFESSIONE  
Cciaa Udine (24, 31 maggio e 7, 14, 21 giugno, 8.30-12.30 e 13.30-17.30)

**24** CORSO PRATICO PER I RAPPORTI DI VALUTAZIONE  
IMMOBILIARE PER GLI ISTITUTI DI CREDITO SECONDO  
LINEE A.B.I.  
Cciaa Udine (9.00-13.00 e 14.00-18.00)

**25** COME POSIZIONARE UN SITO SUI MOTORI DI RICERCA:  
GUIDA PRATICA ALLA SEO  
Cciaa Udine (9.00-13.00 e 14.00-17.00)

**26** PRATICHE REGISTRO IMPRESE COMUNICA STARWEB  
Cciaa Udine (ore 14.30-17.30)

**27** INCONTRI B2B CONSTRUCTION AND INTERIOR EXPO 2016  
Yerevan | ARMENIA (fino al 29 maggio)

**31** BICICLETTE ELETTRICHE A PEDALATA ASSISTITA  
Scadenza termini domande contributo

**31** MISSIONE IMPRENDITORIALE - FOCUS RUSSIA  
Mosca, Kazan | RUSSIA (fino al 3 giugno)

## Calendario

### Camera di Commercio di Udine

Via Morpurgo 4 - 33100 Udine  
Centralino 0432 273 111  
[www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it) - [urp@ud.camcom.it](mailto:urp@ud.camcom.it)  
PEC: [urp@ud.legalmail.camcom.it](mailto:urp@ud.legalmail.camcom.it)

### Novità dalla Cciaa

#### Statistica e Prezzi

Centro Studi - Ufficio Statistica e Prezzi  
[statistica@ud.camcom.it](mailto:statistica@ud.camcom.it)

#### Contributi

Informazioni: Punto Nuova Impresa  
[nuovaimpresa@ud.camcom.it](mailto:nuovaimpresa@ud.camcom.it)

#### Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER

Ramo Promozione  
[progetti.info@ud.camcom.it](mailto:progetti.info@ud.camcom.it)

#### Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER

Ramo Formazione  
[www.ricercaformazione.it](http://www.ricercaformazione.it)

#### Friuli Future Forum

[www.friulifutureforum.com](http://www.friulifutureforum.com)  
[info@friulifutureforum.com](mailto:info@friulifutureforum.com)

