

**CRAC BANCHE****Gli effetti
sulle
aziende**
pag. ► XII**ESTERO****La Silicon Valley
russa**
pag. ► XIV**CONTRIBUTI****Le novità sui
bandi**
pag. ► XV**Imprese
dite la vostra!**Suggerimenti, informazioni, notizie,
critiche e proposte sul mondo dell'economia
SCRIVETEICI!udine.economia@ud.camcom.itE ci trovate anche sul web,
sul blog www.udineconomia.wordpress.com
e su twitter @udineconomia

i dati e i programmi del turismo in Fvg alle pagg. VII, VIII, IX

Giovanni Da Pozzo*

Turismo e innovazione: cambiamento esigenza vitale

In questo numero di Udine Economia, abbiamo voluto concentrare l'attenzione su due tematiche: l'innovazione, intesa anche dalla base, dunque come infrastrutturazione della rete; e il turismo, andando a individuare le peculiarità del nostro territorio da offrire ai visitatori.

Non è un abbinamento casuale se pensiamo che, stando ai dati dell'ultima indagine congiunturale di Unioncamere Fvg, le imprese del settore ospitalità sono quelle più attive sulla rete, assieme a quelle della manifattura: il 63% ha un sito internet. Ed è un dato evidente, in un settore sempre più dipendente dall'online, tanto per le grandi strutture ricettive quanto per i piccoli B&B a gestione familiare. Certo, il sito viene visto ancora come "vetrina", prevalentemente, mentre sono ancora in poche quelle aziende che lo utilizzano per le transazio-

ni commerciali.

È questo un segno di una cultura digitale che, in Italia come in Fvg, nonostante notevoli e rapidi passi avanti, stenta ancora a essere patrimonio diffuso capillarmente. In Italia, infatti, alcuni dati presentati recentemente a Roma da Innovafiducia e diffusi da Wired, segnalano come solo il 12% delle aziende ha un elevato livello di digitalizzazione e molte di esse operano nell'editoria o nelle telecomunicazioni. Il sito web è adottato dal 71% delle imprese e ciò significa sostanzialmente che 3 impre-

se su 10 non ce l'anno. Solo il 36% delle imprese sa che cosa sia la condivisione di dati. Ancora: solo il 25% degli italiani usa internet mobile, e sempre meno all'aumentare dell'età, contro il 52% della media Ue. Particolarmente anomalo, se pensiamo che in Italia la penetrazione dei dispositivi mobili è del 134%, ossia ben più di un dispositivo a testa.

Sapendo che le aziende italiane sono per il 96% piccole o piccolissime imprese, con meno di 9 dipendenti, capiamo che la propensione al digitale deve andare di pari passo, su

un doppio binario: quello per il superamento del "digital divide" e della carenza di infrastrutture adeguate, anche nei territori più complessi (vedremo in questo numero di Udine Economia la situazione nella nostra montagna), e quello per una diffusione della cultura digitale, anch'essa tema che necessita, da parte delle imprese, un vero cambio di mentalità e uno sforzo per la conoscenza, la consapevolezza degli strumenti e il loro utilizzo.

Come istituzioni pubbliche, quale è la Camera di Commercio, abbiamo il dovere anche

noi di contribuire a questo cambio di passo. E come ente camerale siamo stati sempre all'avanguardia, tra i primi ad aver stimolato e poi risposto agli obblighi normativi per la dematerializzazione dei documenti, per l'uso della telematica per pratiche e burocrazia, nonché, proprio recentemente, per la fatturazione elettronica, fornendo anche servizi di supporto, gratuiti, alle imprese.

Dallo spaccato che emerge da questo numero, si capisce che c'è ancora strada da fare, ma bisogna farla. E percorrerla in fretta. La rete ci garanti-

sce di stare nel mondo, di avere occasioni, di migliorare la nostra economia. Anche e soprattutto quella di un turismo che, lo sentiamo ormai come un ritornello, dovrebbe essere in grado da solo di far risorgere il nostro Paese - e così la nostra regione. Ma alla base, per tutti, dobbiamo avere chiaro che il cambiamento non è qualcosa che capita o che dobbiamo affrontare nostro malgrado. È una esigenza assolutamente vitale.

*Presidente della Camera di Commercio di Udine

ECCO LA CRESCITA DIGITALE

Simone Puksic è presidente di Insiel da 18 mesi. Al suo arrivo nella società in house della Regione, il progetto Hermes, che si pone l'obiettivo di collegare con la fibra ottica gli edifici pubblici e le aree industriali del Fvg, non arrivava al 30% di completamento. Oggi è già oltre il 96%, e nei prossimi mesi sarà portato a termine. Anche nei territori montani. «Abbiamo spinto l'acceleratore sull'infrastruttura digitale, prerequisito base per lo sviluppo», precisa subito Puksic. In Fvg la situazione è buona ma non ottimale, come dimostrano i dati relativi alla copertura a banda larga e ultralarga [...] a pag. II

ECCellenze su cui puntare

Esperienze, promozione del territorio e un'offerta segmentata e profilata in grado di venire incontro alle eterogenee esigenze del turista: questa, in estrema sintesi, la strategia di PromoTurismoFVG per il breve e medio periodo. All'indomani di Buy Friuli Venezia Giulia, la Borsa del turismo regionale, giunta alla sua quinta edizione, abbiamo fatto il punto sul turismo regionale. «Quello che si è appena concluso è stato un evento strepitoso - afferma il direttore generale di PromoTurismoFVG Tullio Petrangelo -. Dopo tre anni di assenze dalla nostra regione, sono giunti in Friuli [...] a pag. VII

Il presidente di Insiel Simone Puksic traccia il bilancio dei primi 18 mesi

ICT E INNOVAZIONE



L'INTERVISTA

Questione di fibra

Il progetto Hermes è arrivato oltre il 96%. Al via nuove assunzioni. Ma resta il nodo della banda larga

Alessandro Cesare

Simone Puksic è presidente di Insiel da 18 mesi. Al suo arrivo nella società in house della Regione, il progetto Hermes, che si pone l'obiettivo di collegare con la fibra ottica gli edifici pubblici e le aree industriali del Fvg, non arrivava al 30% di completamento. Oggi è già oltre il 96%, e nei prossimi mesi sarà portato a termine. Anche nei territori montani. «Abbiamo spinto l'acceleratore sull'infrastruttura digitale, prerequisito base per lo sviluppo», precisa subito Puksic. In Fvg la situazione è buona ma non ottimale, come dimostrano i dati relativi alla copertura a banda larga e ultralarga. Nel primo caso il Fvg sfiora il 30%, nel secondo non arriva all'1%, piazzandosi, ambedue le volte, a metà classifica tra le regioni italiane. **Puksic, cominciamo da Insiel. E' soddisfatto di questi primi 18 mesi di attività?**

«In un anno e mezzo l'azienda ha cambiato rotta, dotandosi di una nuova mission (erogare servizi molto avanzati) e diventando un riferimento a livello nazionale per l'Ict. Insiel vuole tornare a rivestire un ruolo di leadership in questo settore dopo un periodo di appannamento. L'obiettivo è continuare sulla strada tracciata e rendere l'azienda sempre più competitiva. Abbiamo chiuso il bilancio 2015 a 91 milioni di euro, con un utile di 1,6 milioni. La struttura è solida e cresce ogni giorno per essere sempre più protagonista del cambiamento digitale».

Una svolta resa possibile da che cosa?

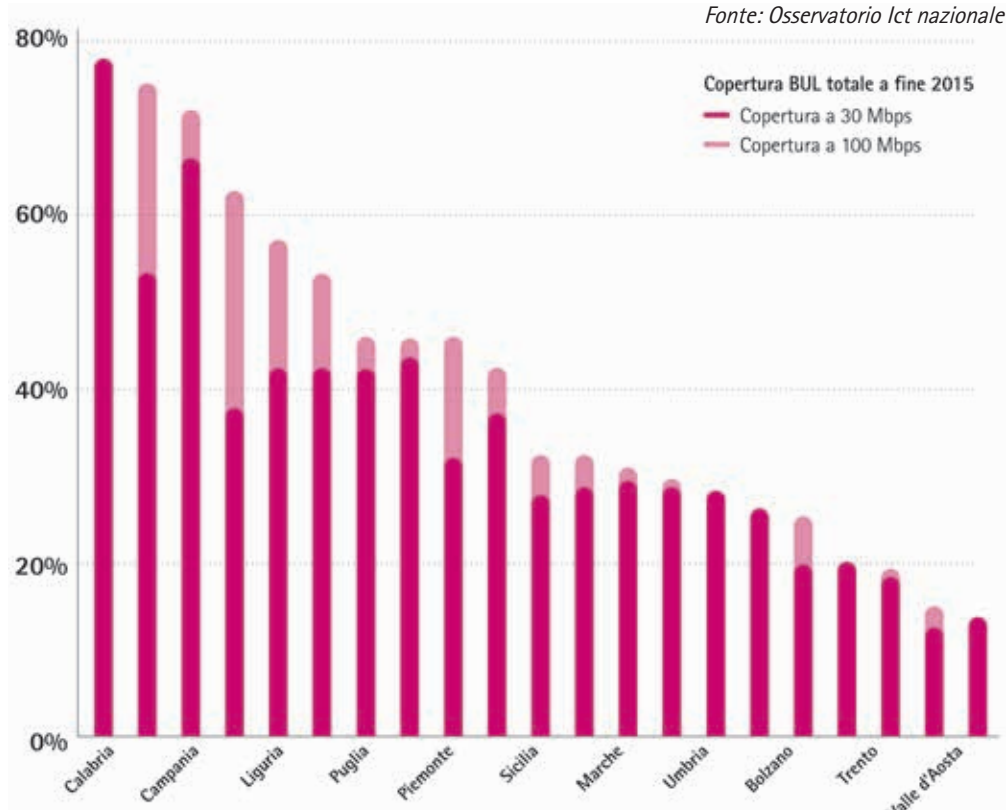
«Siamo partiti con una riorganizzazione totale della macchina operativa, puntando sulle persone, sulla loro profilazione e sulla loro formazione. Poi siamo intervenuti sui processi interni all'azienda, lavorando sempre in maggiore sinergia con la Regione. Infine abbiamo puntato sull'infrastruttura, sui servizi e sulle competenze».

Restiamo per un attimo sulle persone. Entro fine giugno ci saranno le nuove assunzioni promesse?

«Siamo riusciti a far passare un piano prepensionamenti che ha coinvolto 30 persone. Passaggio fondamentale per poter procedere a nuove assunzioni. Lunedì 27 giugno cominceranno a lavorare in Insiel 15 nuove persone, provenienti da 8 regioni italiane (la maggior parte di questi giovani laureati sono del Fvg). Una spinta indispensabile per continuare nel processo di cambiamento».

Ha fatto riferimento prima al tema delle infrastrutture.

«Il riferimento è al progetto Hermes, arrivato al 96% di completamento, con 2.200 km di cablatura. Ma non solo. La nostra è una regione messa meglio di altre in Italia, ma certamente si può fare di più. In questo senso anche Insiel può fare la sua parte, ad esempio aiutando la Regione a cedere a privati



a 600 km di fibra non utilizzata dalla pubblica amministrazione, in territori montani e pedemontani. In Fvg è in corso un piano di ristrutturazione digitale, su cui stanno puntando anche grossi player internazionali come Cisco, che in regione ha investito per creare infrastrutture e competenze».

E per quanto riguarda i servizi?

«Il 29 aprile abbiamo inaugurato il nuovo Portale dei servizi on line al cittadino: chiunque risiede in Fvg, dal

solo così potremo sconfinare le resistenze culturali ancora esistenti».

Resta il tema delle competenze.

«Anche in questo campo ci siamo mossi e siamo riusciti a essere la prima regione in Italia a siglare con il Miur, il Ministero dell'Università e della Ricerca, il protocollo della scuola digitale. Grazie a questo accordo Insiel giocherà un ruolo fondamentale nella trasmissione della conoscenza e delle pratiche digitali alle nuove genera-

Lunedì cominceranno a lavorare in Insiel 15 nuove persone, provenienti da 8 regioni italiane

vita dei cittadini. Solo così il digitale potrà entrare nella quotidianità e nella mentalità delle persone, indipendentemente dal ceto sociale e dal livello di istruzione. La vera rivoluzione digitale si gioca in questo campo.



Simone Puksic

proprio pc, smartphone o tablet, può accedere a una serie di servizi on line tra cui il Cup (la prenotazione delle prestazioni sanitarie), la gestione delle men-

Il bilancio 2015 si è chiuso a 91 milioni di euro, con un utile di 1,6 milioni

se scolastiche o del medico curante, l'anagrafe canina. I cittadini devono percepire questa opportunità come più conveniente rispetto alla condizione attuale:

zioni nei prossimi anni». **Come si immagina il futuro del Fvg sul tema digitale?**

«Mi immagino una regione moderna, in grado di fornire ai cittadini tutta una serie di servizi on line capaci di semplificare i tempi e la vita. Mi immagino una regione snella e punto riferimento per gli altri territori, vero e proprio 'laboratorio' per costruire il futuro digitale delle generazioni presenti e future».

A dare l'esempio, come messo in luce da diversi analisti, deve essere innanzitutto la pubblica amministrazione. Le buone pratiche devono arrivare da lì, con l'attivazione di servizi in grado di semplificare la

MARIANO CORSO (DOCENTE A MILANO)

“Pubblico e scuola devono fare di più”

L'Italia non è messa benissimo a livello europeo in termini di copertura a banda larga (trasmissione maggiore o uguale a 30 Mbps). Il Belpaese, infatti, con il 43,9%, non va oltre il penultimo posto, davanti solo alla Grecia. Distanti anni luce nazioni come Malta, Belgio, Olanda o Lituania, dove la copertura sfiora il 100%. Ma negli ultimi due anni il trend sta cambiando. E pur essendo partita con un tremendo ritardo, l'Italia sta migliorando. Lo evidenzia Mariano Corso, docente del Politecnico di Milano e responsabile scientifico dell'Osservatorio Ict. «Il nostro Paese si è finalmente dotato di un piano, dandosi degli obiettivi e fissando delle priorità per le infrastrutture digitali - afferma Corso -. Siamo il primo stato ad aver recepito la direttiva europea 61/2014 che consente di ridurre i costi per l'installazione di reti di comunicazione».

A livello territoriale, il top della copertura a 30 Mbps è rappresentato dalla Calabria (77,86%), seguita dalla Campania (66,16%) e dal Lazio (53,22%). In questa classifica il Fvg occupa la 12esima posizione con il 28,79%.

«Alcune regioni, negli ultimi due anni, hanno potuto accelerare più delle altre - precisa Corso - grazie al nuovo piano per favorire le cosiddette aree 'a fallimento di mercato', cioè quelle per cui non c'è l'interesse da parte dei privati a realizzare la copertura». A fare la differenza, per Corso,

accanto alla posa dell'infrastruttura, è la disponibilità di servizi on line forniti dalla pubblica amministrazione e dalle imprese ai cittadini. Ma la situazione, in Italia, non è delle migliori: solo il 9% delle aziende utilizza



Mariano Corso

l'e-commerce, contro una media europea del 17%. «Accanto alle infrastrutture materiali, bisogna puntare su quelle immateriali. Nelle nostre scuole - chiarisce Corso - non si sta facendo abbastanza in tema di competenze digitali».

Non solo la scuola, ma anche la pubblica amministrazione deve fare la sua parte. Ad esempio in campo sanitario. «In Italia, negli ultimi anni - evidenzia l'esperto - il pagamento delle prestazioni sanitarie on line è cresciuto del 180%, con quasi il 15% dell'utenza che ormai utilizza questa tipologia di servizio». Corso è certo che nel momento in cui il pubblico garantirà l'erogazione di servizi 'in digitale', i cittadini risponderanno in maniera attiva. (a.ce.)

LEGALEYE PRO

Piattaforma contro i cyber crimini

È made in Friuli la prima piattaforma web pensata per consentire alle aziende e ai cittadini di proteggersi di fronte ai sempre più frequenti cyber crimini come la diffamazione, il ricatto, lo stalking, il furto o la diffusione di informazioni. Si tratta di LegalEYE Pro, servizio fornito 'in the cloud, as a service', ossia un vero e proprio portale che attraverso un semplice accesso consente all'utente, in caso di cyber crimini, di registrare, documentare e certificare i contenuti digitali acquisiti durante la navigazione in rete secondo una modalità sicura, garantita e tracciata, potendoli così utilizzare come prove digitali ammissibili in sede processuale. L'idea è di tre giovani ed eclettici informatici, Dario Tion (esperto in ambito security), Marco Alvise De Stefani (esperto digital forensics) e Michele Della Marina (consulente informatico che opera sul mercato londinese). «La rete ha favorito la crescita e la condivisione dei dati digitali attraverso una moltitudine di strumenti come blog e social network - afferma l'amministratore di LegalEYE, Dario Tion -. Con il diffondersi di tali strumenti stanno assumendo sempre più importanza concetti

come identità digitale e reputazione digitale. Cittadini e imprese possono quotidianamente diventare vittima di cybercrimine come la diffamazione, il ricatto, lo stalking, il furto di know-how e altro. Sulla base di queste considerazioni è nata l'idea di rendere accessibile a persone, aziende, consulenti e professionisti un nuovo servizio online, di semplice utilizzo e a costi contenuti, in grado di operare da 'garante digitale'». Una piattaforma certificata, brevettata e continuamente monitorata, che ha richiesto 2 anni di lavoro, frutto dello sviluppo di un team formato da 12 persone.

«Spesso in fase processuale accade che le prove digitali presentate vengano invalidate perché raccolte in maniera non rigorosa e adeguatamente argomentata - puntualizza il consulente forense, Marco Alvise De Stefani -. In Italia sono oltre 30.000 all'anno i procedimenti penali in corso per diffamazione aggravata e attualmente la raccolta di prove digitali viene eseguita manualmente, risultando assai onerosa sia in termini di tempo che di costi. Il nostro sistema invece produce prove certe e a basso costo per gli utenti».

(a.c.)

UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:
Giovanni Da Pozzo

Direttore responsabile:
Chiara Pippo

Caporedattore:
Davide Vicedomini

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

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

Progetto grafico:
Colorstudio

Impaginazione/Fotoliti:
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

Viaggio tra gli operatori dell'Alto Friuli dove l'Ict pare ancora una chimera

ICT E INNOVAZIONE



L'INCHIESTA

Montagna "sconnessa"

La concorrenza con la Slovenia è impari: 2 mega di banda a 90 euro al mese contro i 19,99 per 50 mega

Marco Ballico

"Noi" insediati ad Amaro: banda solo wi-fi, 2 mega. 90 euro al mese. "Loro" in Slovenia: Internet per le aziende, 20 mega a 9,99 euro, 30 mega a 15,99 euro, 50 mega a 19,99 euro. "Venghino siori venghino", sembra dire il cartellone pubblicitario che, a pochi chilometri dal confine, mostra plasticamente le differenze. "Noi" è la Bo.Di, azienda specializzata nella realizzazione di progetti innovativi Ict per il turismo che opera nel centro tecnologico della Carnia (Innova Fvg), ma deve fare i conti con una criticità irrisolta. «Non è solo penalizzata la montagna ma, a macchia di leopardo, tutta l'impresa friulana - commenta l'account manager **Gilberto Del Pizzo** - . E c'è poi il problema del wi-fi libero, un altro fattore chiave per la competitività. Non a caso, in una rete d'impresе che abbiamo appena realizzato, l'abbiamo reso obbligatorio in tutte le strutture».

Considerazioni non diverse arrivano anche da Sauris. **Paola Schneider**, titolare dell'albergo **Riglarhaus**, racconta uno scenario da tam-tam, tranne che per pochi fortunati: «Se la cava solo chi ha un'attività vicino al municipio, sempre che in quel comune sia arrivata la fibra ottica». Altrimenti, «si deve sopportare un collegamento web lento, lentissimo anche per operazioni semplici come gestire un sito per le prenotazioni o inviare e ricevere posta elettronica con allegati».

La mancanza di una adeguata connessione veloce o ultraveloce, spiega anche **David Accaino**, responsabile Alto Friuli di **Confartigianato Udine**, «appare come l'ennesima penalizzazione nei confronti delle aziende, micro, piccole e di medie dimensioni, insediate in territori già svantaggiati dal punto di vista infrastrutturale e logistico.



Diventa così sempre più difficile mantenere competitività e attrattività per le iniziative imprenditoriali, con il conseguente ulteriore rischio di impoverimento del tessuto economico, già in affanno per la carenza di servizi e spesso costretto a migrare verso altri insediamenti produttivi».

Una tentazione di questo genere, direzione Slovenia, l'ha avuta pure un'azienda di pianura, la **Artevideo di Palmanova**, impegnata nel settore della post-produzione video, dell'authoring per Dvd e Bluray, per il web e il multimediale. La collocazione decentrata della società, che ha clienti di spicco nel mondo della cinematografia, ha creato non pochi ostacoli nel momento in cui la domanda ha riguardato in particolare lo streaming e il film on demand, spiega il titolare **Giuseppe Tissino**: «A quel punto sono emersi tutti i guai dovuti a una non adeguata infrastrutturazione digitale». Problema vitale, ma fortunatamente risolto, «grazie all'interessamento del deputato Paolo Coppola che ci ha aperto un contatto con i vertici Telecom e consentito di superare lo stallo».

Non stupisce che proprie artigiano "tradizionale", non un giovane startupper o un imprenditore dell'Ict, sia intervenuto a una delle riunioni di **Confartigianato** in cui spesso emerge spontaneamente nel dibattito il tema della infrastruttura immateriale, affermando a chiare lettere che «la banda larga per un'impresa è un servizio essenziale, quanto l'acqua o l'energia per un'abitazione». Un'immagine, osserva il presidente **Graziano Tilatti**, «che rende bene quanto la connessione sia importante per le micro e piccole imprese, si tratti di subfornitori evoluti della filiera meccanica o aziende del legno-arredo, artigiani digitali o botteghe creative che vendono online produzioni artistiche. Per questo motivo Confartigianato-Impresе Udine ritiene cruciale non solo ampliare la prima possibilità la copertura in banda larga del territorio, ma soprattutto puntare a un suo continuo potenziamento, prima che alcuni imprenditori cedano alla tentazione di spostare la propria attività "in cerca di un segnale forte e chiaro».



Fabiano Benedetti

Di sfida che, nella quarta rivoluzione industriale, «non si può vincere senza banda larga, cloud e big data» parla **Fabiano Benedetti**, capogruppo Informatica e telecomunicazioni di **Confindustria Udine**. «Come associazione abbiamo avuto un ruolo propulsivo nel sollecitare la tematica e dobbiamo riconoscere come la Regione abbia mantenuto l'impegno di completamento della rete che ha ormai raggiunto il 92% del totale - spiega - Oggi, dunque, la rete è pressoché completata in Fvg, in particolare nelle aree di insediamento produttivo. A questo punto, abbiamo davanti un duplice obiettivo: da un lato, procedere alla elaborazione degli avvisi di cessione in uso di parte delle capacità trasmissive della rete regionali agli operatori di telecomunicazioni, favorendo la copertura territoriale nelle zone in digital divide e coordinando la presenza e le attività dei player (pubblico e privati); dall'altro, sensibilizzare i sindaci e le amministrazioni comunali affinché non ostacolino la realizzazione delle opere degli operatori stessi (sbracci, antenne e pali di telecomunicazioni)».

FRILI INNOVAZIONE

La ricerca che guarda al futuro

"Dobbiamo guardare al futuro e parlare del futuro vincendo la consuetudine di parlare del passato". Sono state queste le prime parole del neo presidente di **Friuli Innovazione**, **Germano Scarpa**, a margine della prima riunione del nuovo Consiglio di Amministrazione del consorzio. Il 2015 si è chiuso con il segno più, per la quarta volta nel lustro 2010-2015, a riprova di una gestione efficace a dispetto del difficile momento economico. I dati presentati mostrano che il valore della produzione è stato di 1,7 milioni di Euro (era di 2,2 milioni l'anno precedente), con un utile ante imposte di poco più di 39 mila euro. «**Friuli Innovazione** è un ente peculiare - ha rimarcato **Scarpa** - E' un organismo senza scopo di lucro che si autofinanzia principalmente procurandosi contributi attraverso schemi competitivi europei, nazionali o regionali, ai quali partecipa presentando progetti di ricerca e innovazione. Questa realtà è un asset che lavora per la crescita del territorio, promuovendo

la cultura di impresa a 360°. Bisogna ottimizzarne l'utilizzo perché sia sempre più efficace, poiché efficiente lo è già. Per farlo è necessario il contributo di tutti, a partire dai nostri soci che rappresentano il mondo dell'industria, della finanza, della ricerca e del governo locale. Non può mancare però una stretta collaborazione con la governance regionale, che deve fare la sua parte per inserire il contributo di **Friuli Innovazione** in un disegno coerente più grande". Tra le attività più significative riferite all'anno scorso, vi è la prosecuzione delle relazioni con realtà affini di Carinzia e Slovenia dedicate al supporto dell'imprenditorialità, per creare una piattaforma trilaterale capace di dare all'intera area transfrontaliera una caratterizzazione specifica, fatta di servizi e professionalità per le giovani startup, che possa attrarre anche da altre parti del mondo. In questo contesto si inserisce anche l'inaugurazione di uno spazio di coworking per professionisti in transito. (da.za.)

DITEDI

Tecnologia a servizio del manifatturiero

Rendere il "Digitale" pervasivo nei confronti delle imprese del manifatturiero, dando loro l'impulso necessario per orientarle nel futuro del 4.0, ossia la quarta rivoluzione industriale, dopo le rivoluzioni segnate dal vapore, dall'elettricità e dall'informatica. Eccola la nuova mission del **Ditedi**, il Distretto delle Tecnologie Digitali di Tavagnacco che dopo aver favorito, per anni, l'incontro tra le imprese del digitale, ora cambia rotta e si apre all'esterno, proponendosi come interlocutore privilegiato per quelle aziende del **Friuli Venezia Giulia** che vogliono puntare sul digitale per crescere. Il primo passo in questa direzione, come spiega il presidente del **Ditedi**, **Mario Pezzetta**, è stata la selezione del nuovo project manager del Distretto, dalla quale è stato scelto il dottor **Fabio Romano**. «Quanto stiamo portando avanti - precisa **Pezzetta** - ambisce a far dialogare in maniera osmotica quelle realtà storiche dell'economia friulana, piccole o medie imprese operanti nei settori tradizionali del legno, dell'edilizia, delle costruzioni, della meccanica, con le realtà dell'Ict insediate nel **Ditedi** (oltre 120 attualmente), in un percorso di rete che faccia del digitale una energia abilitante e permeante per i prodotti e gli

oggetti classici delle produzioni industriali così come li abbiamo conosciuti sino ad oggi. Qualcuno può obiettare che spingendo maggiormente sul digitale non si fa altro che ridurre ulteriormente



l'occupazione bisogna però parallelamente pensare che stiamo attraversando un cambiamento globale e che dove l'economia 4.0 è già in fase più avanzata, si sta osservando un mutamento delle figure professionali richieste con un incremento di quelle più altamente specializzate". Il **Ditedi** attende a tal proposito di sapere come verranno orientate le risorse messe a disposizione dalla legge regionale **Rilancimpresa** ed in particolare della misura S3, «che dovrebbe permettere la convergenza del digitale nell'economia reale». (d.z.)

L'INTERVISTA

Il deputato friulano Paolo Coppola

"Ecco a cosa porterà la crescita digitale"

In Fvg c'è stata una buona accelerazione ma il ritardo sulla digitalizzazione rimane, lo ammette anche l'onorevole del Pd **Paolo Coppola**, presidente del Tavolo permanente per l'innovazione e l'agenda digitale. Un ritardo che appartiene a tutto il contesto sociale e produttivo.

Come giudica il processo della digitalizzazione in Fvg?

Il Fvg è tra le regioni virtuose nelle performance digitali, sia per quanto riguarda l'utilizzo del web da parte di cittadini e imprese, sia relativamente al livello di digitalizzazione della Pa, nonostante nel quinquennio di giunta Tondo il ritmo sia molto rallentato, un po' per scarsa competenza, un po' per visioni politiche vecchie e inadeguate, il che ha costretto la giunta Serracchiani ad accelerare per colmare il divario creatosi. Il lavoro fatto da Insiel in questi anni ha permesso una crescita omogenea all'interno di tutti gli enti pubblici. **Su che cosa si deve ora puntare?**

È necessario lavorare in direzione di una maggior cultura dell'utilizzo del dato e di una miglior usabilità dei servizi offerti a cittadini e imprese. Solamente in questo modo si riuscirà a sviluppare l'eGovernment regionale.

È necessario lavorare per una maggior cultura dell'utilizzo del dato e una miglior usabilità dei servizi offerti a cittadini e imprese

Le imprese però restano penalizzate.

I ritardi che le imprese subiscono dialogando con la Pa sono dovuti certamente a una non completa digitalizzazione, ma va sottolineato che la rivoluzione digitale non investe solo la pubblica amministrazione: è tutto il contesto sociale e produttivo che purtroppo ten-

de a reagire con molta lentezza anche a causa delle ridotte dimensioni delle nostre imprese, che faticano a trovare le risorse, soprattutto umane, per gestire il cambiamento. **Che cosa sta facendo il governo a livello Paese?**

Tutte le graduatorie europee e i dati analizzati ci posizionano sul fondo delle classifiche e la cosa non è strana se si pensa che il primo governo ad approvare un piano complessivo e coerente di digitalizzazione è stato il governo Renzi, con il documento "Crescita Digitale". In questi due anni la priorità assoluta è andata alla rivisitazione dei servizi della Pa, con l'obiettivo chiaro e ambizioso di rendere i servizi online la scelta preferibile dai cittadini. Abbiamo sviluppato il Sistema Pubblico d'Identità Digitale, che permette l'accesso a tutti i servizi online con la stessa password, il sistema dei pagamenti elettronici per la Pa, l'anagrafe unica a livello nazionale, che è alla base dell'interoperabilità del-

le banche dati e permetterà di metter fine delle continue richieste di dati già in possesso della Pa. Va ancora fatto Italia Login, il punto unico d'accesso a tutti i servizi online, perché in un mondo digitale non è il cittadino che deve cercare i servizi, ma sono i servizi che devono "proporsi" al cittadino, quando serve. Il governo, con il piano strategico per la banda ultra larga ha poi messo sul piatto miliardi di euro per ottenere una infrastruttura di telecomunicazioni all'altezza delle sfide di digitalizzazione dei prossimi anni. **Qual è la situazione del nostro Paese rispetto ai competitor europei?**

Siamo molto indietro. Paradossalmente può essere una buona notizia perché possiamo copiare e crescere molto di più degli altri, se smettiamo di commettere gli errori del passato, primo fra tutti la sottovalutazione politica del tema del digitale e se investiamo soprattutto nel capitale umano. (m.b.)

Dal punto cassa ai sistemi di pesatura, dai software più evoluti alle etichette elettroniche

IMPRESE



GTN

Precisione e sicurezza

Soluzioni per la gestione del punto vendita in Triveneto ed in tutta Italia

Le esigenze dei negozi e del mondo del retail cambiano velocemente e GTN, azienda di Tavagnacco che da 40 anni fornisce soluzioni per la gestione del punto vendita in Triveneto ed in tutta Italia, cambia con loro. Piccola, media e grande distribuzione, discount, food e ristorazione, ferramenta, negozi moda, franchising, centri estetici: GTN opera in tutti i settori e con qualsiasi dimensione di punti vendita che oggi, per rispondere alle nuove abitudini d'acquisto, devono essere aperti tutti i giorni, siano essi posizionati in un centro storico o in un centro commerciale. Dal punto cassa ai sistemi di pesatura, dai software più evoluti all'elettromeccanica di precisione, dalle etichette elettroniche ai sistemi di sicurezza: GTN risponde ad ogni esigenza del retail con la sicurezza dell'assistenza specializzata tutti i giorni, festivi inclusi.

Il servizio di assistenza di GTN, infatti, è attivo 7 giorni su 7 su tutto il territorio nazionale. Gli operatori della linea dedicata GTN rispondono agli abbonati dalle 7.30 alle 22 e sono in grado di attivare i 20 Centri Servizi pronti ad intervenire immediatamente in tutta Italia, isole comprese. L'officina GTN è in grado di effettuare tempestivamente tutti gli interventi necessari di manutenzione e riparazione grazie a tecnici altamente qualificati sul territorio e garantisce i pezzi di ricambio originali per ogni marchio rappresentato. Nel 2016 GTN festeggia 40 anni di attività: con 60 di-



pendenti e 5 sedi tra Friuli Venezia Giulia e Veneto, chiude il 2015 con 10 milioni di fatturato e +24% sull'anno precedente. "La chiave della nostra forza - commenta Paola Geretti, Amministratrice e Direttore Generale di GTN - sta nella profonda conoscenza del settore radicata in 40 anni di attività e nella flessibilità che ci permette di offrire la migliore soluzione sia al piccolo rivenditore, sia alla catena distributiva complessa e capillare sul territorio". In particolare nel settore alimentare, il negozio tradizionale si è evoluto: anche il consumatore è cambiato, è meno fedele al punto vendita, ha poco tempo a dispo-

sizione ma molte più informazioni disponibili in tempo reale grazie a web e devices digitali. GTN ha studiato soluzioni che pongono il cliente al centro di una serie di servizi innovativi offerti dal punto vendita e basati sul rapporto personalizzato con l'azienda.

L'assistenza GTN comprende anche laboratorio metrico, elettromeccanico e un'officina altamente specializzata per intervenire su tutti i macchinari per taglio, lavorazione, porzionatura, confezionamento, catering, ristorazione. Attraverso 25 tecnici certificati, GTN è abilitata all'esecuzione della verifica periodica dei misuratori fiscali

dall'Agenzia delle Entrate che prevede l'obbligo per tutti i misuratori di essere muniti oltre che del prescritto sigillo fiscale anche di "targhette di verifica periodica".

IN CIFRE

60 addetti e 5 sedi

Anno fondazione	1976
Addetti	60
Fatturato 2015	10 milioni di euro
Sedi	5

CURIOSITÀ

Distributore di GetYourBill

Sempre alla ricerca di servizi innovativi per il retail, GTN è partner e distributore di GetYourBill, la start-up friulana nata da uno spin-off dell'Università di Udine che ha creato il sistema per la compilazione automatica, la veloce emissione e la conservazione delle fatture. Si tratta di una soluzione efficace, ideale per ristoranti, pizzerie e locali che possono velocizzare inserimento dei dati ed emissioni delle fatture. Anche l'archiviazione diventa immediata e sicura sia per l'esercente sia per il cliente perché utilizza uno spazio cloud dedicato sul

sito getyourbill.com. L'applicazione si installa sul POS o sulla cassa, comunica direttamente soltanto con un server ubicato all'interno di datacenter sicuri bancari e non memorizza alcuna informazione bancaria legata alla carta.

Al momento del pagamento alla cassa, è sufficiente inserire la partita iva o il codice fiscale e il sistema recupera tutti i dati esatti e aggiornati per l'intestazione della fattura eliminando gli errori di compilazione riducendo drasticamente i tempi di emissione ed evitando così il formarsi di code negli orari di punta dell'esercizio.



DESIGN&CREATIVITÀ

Gli imprenditori del futuro

Ancora un grande successo per "Design&Creatività" l'evento promosso a San Giorgio di Nogaro da "Roson&Coccolo" e BibanArt, che mette in mostra una serie di straordinarie professionalità presenti sul territorio regionale, in particolare artisti e artigiani, chiamate a esprimersi con originalità e altissimo livello su uno specifico filo conduttore uno specifico tema che, in questa edizione, era il mare. Il pubblico delle grandi occasioni ha dimostrato grande apprezzamento per l'esposizione-spettacolo, in cui erano presenti anche alcune bellissime modelle fra cui Letizia Ciani, che parteciperà alla selezione nazionale per Miss Mondo. All'interno dell'evento si sono svolte anche le premiazioni del concorso "Design&Creatività", che quest'anno chiedeva ai professionisti del mobile di disegnare il tavolo più originale: 50 i progetti arrivati da tutta l'Italia. Ha vinto il giovane architetto abruzzese Massimo Murgano, premiato dall'assessore regionale all'urbanistica, Mariagrazia Santoro, che, insieme al sindaco, Pietro Del Frate, ha definito l'iniziativa "un esempio della ricchezza imprenditoriale presente nella nostra regione". Tra i finalisti anche Elisa Campana di Udine, Federica Tomatis di

Borgaro Torinese, Germano Crosato di Treviso, Marco Scarpa di Faenza e Andrea Venica ancora di Udine. "Design&Creatività" è l'evento in cui un gruppo di artigiani, artisti e professionisti del Friuli Venezia Giulia, risponde alla crisi unendosi per mettere in luce le eccellenze del territorio e le capacità innovative e creative di chi crede nel proprio lavoro e nel futuro. A questa edizione hanno partecipato oltre che a Roson & Coccolo Arredamenti e BibanArt, la Calzoleria Corradino,



Cristina Mocchiutti fashion designer, The Grove Factory, Lapolè design del riciclo, Why not hair studio, Medusa recycled fashion, Azienda Vitivinicola Baltrame, Acquacoltura Valle Marini, ELuce Bidoli, Giacomo Zentilin Designer, Uli Design, Rep Ronutti, e gli artisti Arianna Ellero, Paolo Klavier, Borzani Arte Figurativa, e Tazze e Ceramiche di Chiara Gatta.

NORDEST SERVIZI

L'azienda nasce nel 1994 da un pool di professionisti del mondo IBM

La rivoluzione informatica

Migliorare i risultati d'impresa attraverso l'innovazione. È questa la mission di Nordest Servizi che affianca i propri clienti in tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto-servizio, dall'identificazione dell'esigenza, alla scelta della soluzione più adatta, alla progettazione, implementazione, mantenimento ed evoluzione della tecnologia informatica. Nordest Servizi nasce nel 1994 da un pool di professionisti provenienti dal mondo IBM. Nei primi anni di attività l'azienda di Tavagnacco opera con successo nell'ambito della manutenzione hardware e sistemistica di ambienti informatici multi-vendor e, quando inizia l'era dell'evoluzione informatica, decide d'investire in formazione, certificando l'azienda e le sue risorse sulle emergenti tecnologie rivolte alle Pmi.

Il 2011 è un altro anno d'investimenti e la Nordest si specializza nell'hosting, per ospitare aziende che decidono di externalizzare i propri sistemi informatici. "Con un organico di 30 persone, di cui 20 tecnici specializzati, una sede a Tavagnacco e filiali a Trieste e Treviso, estendiamo i nostri servizi su tutto il Triveneto - spiega Massimo Bosello, assieme al fratello Nicola amministratore dell'impresa - il nostro target è la me-



La sede a Tavagnacco

dia azienda, soprattutto privata e multi settore, ma lavoriamo bene anche con la pubblica amministrazione". Attenta nella selezione di talenti esterni, questa realtà abbraccia la filosofia del bottom-up. "Possiamo contare su persone di valore cresciute, anche grazie a un cammino formativo manageriale - ha osservato - e diventate risorse fondamentali, che ci è sembrato doveroso premiare". Specialista nell'offrire soluzioni di sicurezza informatica che garantiscano ai clienti la continuità operativa e la

tutela della proprietà intellettuale anche in caso di gravi incidenti all'infrastruttura informatica, questa azienda tutta friulana, negli ultimi due anni, ha continuato a investire in formazione, ricerca e struttura. "Il nostro impegno prosegue nel cercare di trasmettere al mondo dell'impresa l'importanza della digitalizzazione - osserva Bosello - molti colleghi la considerano qualcosa di complesso, un costo aggiuntivo, in realtà assicura il vantaggio competitivo vincente. In questo innovare attraverso l'in-

formatica ha un effetto moltiplicativo, estendendosi a tutti i settori e i processi aziendali". In un Paese e in un Triveneto ricco di validissimi imprenditori e amministratori, dove Udine spicca, sono presenti aziende quali espressione di talenti invidiabili al mondo. "Anche in termini di competenze informatiche e tecnologie digitali - aggiunge Bosello - abbiamo un concentrato di know-how di aziende, anche nella nostra regione, che hanno tutti i numeri per accompagnare verso la giusta "rivoluzione digitale". Secondo l'amministratore dell'impresa, infatti, possiamo dire di "avere tutto ciò che serve per fare un'azienda competitiva in casa". Se da un lato però manca ancora un po' di voglia di investire in questo settore, sicuramente dall'altro siamo di gran lunga lontani sul fronte degli aiuti alle imprese: "Esistono strumenti di supporto all'innovazione ma non accessibili a tutti, soprattutto alla piccola azienda. Inoltre, la politica, quella nazionale - ha concluso Bosello - dovrebbe evitare di annunciare l'attivazione di strumenti che poi non vengono previsti. È accaduto quest'anno, quando molte aziende hanno rimandato pericolosamente investimenti, in attesa di finanziamenti promessi e mai arrivati".

Giulia Zanello

Una delle aziende pioniere nel settore della bioedilizia e delle costruzioni in legno

IMPRESE



BIOHAUS

Il comfort nell'abitare

L'obiettivo è quello di costruire edifici che riducano al minimo il proprio impatto ambientale

Chiara Andreola

Quando è stata fondata nel 1998, la Biohaus di Tavagnacco era una delle aziende pioniere nel settore della bioedilizia e delle costruzioni in legno; e ora, confrontandosi con un mercato ormai maturo, vuole porsi a capo dell'innovazione in questo comparto. «All'epoca abbiamo acquisito il know how sulle case prefabbricate in legno, che in Italia ancora non c'era, da Austria e Germania - riferisce il fondatore e ad, Sandro Gennaro -, adattandolo a quelle che sono le specificità del nostro Paese; tanto che nel 2004 abbiamo costruito a Martignacco il primo villaggio in bioedilizia a livello nazionale, con 13 ville interamente in tecnologia Biohaus. Proprio in quegli anni il mercato ha iniziato a prendere forma, altre aziende sono entrate, tanto che ora direi che il settore è quasi inflazionato: ma il nostro sforzo è quello di rimanere sempre un'azienda d'avanguardia, che si rivolge ad un target di clienti esigenti in quanto a qualità, design e comfort nell'abitare». L'obiettivo è quindi quello di costruire edifici

che riducano al minimo il proprio impatto ambientale, sia in quanto a materiali di costruzione che a consumi ed emissioni una volta in uso. Le pareti Biohaus utilizzano infatti materiali come fibrogesso, fibra di legno e canapa con ben 41 diverse stratigrafie, e mirano a garantire qualità come la traspirabilità e l'isolamento termico allo stesso tempo.

Questo sforzo si è concretizzato non solo nell'ottenimento di numerose certificazioni - otto quelle all'attivo, tra cui Casa Clima, PassivHaus, Pefc e Ral - ma anche nella ricerca e innovazione sul fronte dell'autosufficienza energetica degli edifici: in particolare è stato presentato quest'anno Biohaus Energy Storage, un sistema di accumulo off-grid dell'energia prodotta dal fotovoltaico, che consente di utilizzare l'energia in eccesso nei momenti in cui invece la produzione dei pannelli sarebbe insufficiente. Biohaus mira comunque ad offrire al cliente un pacchetto per una casa ecologica "chiavi in mano", dal design degli interni, a quello degli esterni, alla domotica, all'impiantistica, grazie alla collaborazione con numerosi pro-

Nel 2004 è stato costruito a Martignacco il primo villaggio in bioedilizia a livello nazionale, con 13 ville interamente in tecnologia Biohaus

fessionisti.

L'azienda ha un fatturato di oltre 2,5 milioni di euro e può contare su un portafoglio ordini di circa 5 milioni, in crescita del 50% nel 2015 sul 2014. Per ora il mercato è nazionale - di cui circa l'80% fuori regione - ma «stiamo per affacciarci sul mercato estero grazie ad una rete di imprese, in cui Biohaus si occuperà in particolare dell'involucro architettonico». In quanto all'obiettivo di aprire un sito produttivo in Italia annunciato lo scorso anno - al momento, per la lavorazione di base dei materiali da costruzione, Biohaus si appoggia infatti ad Austria e Slovenia - l'azienda sta ancora valutando l'opportunità: «Siamo ancora in fase di studio dell'effettiva convenienza - spiega l'ad - soprattutto per quanto riguarda il reperimento della manodopera qualificata: in Italia, infatti, il settore ha iniziato a svilupparsi meno di vent'anni fa, per cui anche la formazione professionale deve ancora svilupparsi appieno».

Gennaro riconosce anche l'apporto che la comunità friulana nello specifico ha dato allo sviluppo dell'azienda: «Indubbiamente dobbiamo molto al Fvg, una delle regioni in cui la cultura del legno è più radicata, e dove c'è un forte attaccamento e rispetto per il territorio - afferma -. Ed è infatti da qui che siamo partiti, con la consapevolezza che però per cresce-

IN CIFRE

Otto certificazioni

1998 l'anno della fondazione
2004 il primo villaggio in bioedilizia
8 le certificazioni
Oltre 2,5 milioni di euro il fatturato
5 milioni di euro il portafoglio ordini
+ 50% l'incremento nell'ultimo anno
80% del mercato extraregionale

re avremmo poi dovuto allargare i nostri orizzonti: e conto infatti che il 2016 sia per noi l'anno dell'internazionalizzazione». Già ora Biohaus conta peraltro uffici a Castiglione delle Stiviere (MN), Lissone (MB), Torino, Barberino del Mugello (FI) e Ferrara, oltre ad una rete di progettisti, fornitori e installatori su tutto il territorio nazionale.

Biohaus, infine, è aperta al mondo dei professionisti e a quello della scuola. Sotto il nome di Biohaus Academy vanno infatti una serie di corsi di aggiornamento tecnico-professionale per progettisti, privati, operatori del settore edile e studenti; ed ha avviato una collaborazione con l'Istituto Tecnico per Geometri G. Marinoni di Udine, allo scopo di integrare la formazione fornita dai docenti e aiutare i giovani ad inserirsi nel mondo del lavoro. Ai professionisti e alle aziende nello specifico sono poi rivolti gli Archimeeting, incontri serali gratuiti di due ore presso lo showroom di Tavagnacco.



BOX

L'app "Casa zero barriere"

Nel caso di Biohaus, l'innovazione è anche una responsabilità sociale: sarà infatti lanciata a settembre la app nata dal progetto "Casa zero barriere", avviato nel 2013 in collaborazione con il dipartimento di ingegneria e architettura dell'Università di Udine, il Centro regionale di informazione sulle barriere architettoniche (Criba) e la Consulta regionale delle famiglie dei disabili. Il progetto ha come obiettivo la definizione di criteri per realizzare case accessibili e sostenibili sotto tutti i punti di vista, andando oltre i semplici requisiti di legge. «Si tratta di una app grazie alla quale l'utente può valutare, tramite domande in forma sì/no, tutti i locali di un'abitazione - spiega Gennaro - in termini di accessibilità e facilità d'utilizzo, così

da arrivare a dei parametri che siano non solo normativi ma anche di buonsenso. Alla fine la app fornirà un punteggio, che andrà a definire l'idoneità o meno della costruzione a venire incontro alle esigenze della persona. A breve entreranno nella fase di test, così da mettere alla prova il lavoro di ricerca». Il progetto è stato interamente finanziato da Biohaus - cosa di cui, sottolinea l'ad, l'azienda va particolarmente fiera, soprattutto in tempi in cui gli investimenti in ricerca segnano il passo - ma la volontà è quella di mettere a punto «uno strumento alla portata di tutti, non soltanto della nostra azienda e quindi dei nostri clienti: miriamo ad una diffusione più ampia, così che più ampia sia la ricaduta sociale».



ZANUTTA

Gruppo leader nell'edilizia

Fatturato + 20% e piano di espansione

Non si arresta la crescita del gruppo Zanutta spa, leader in Friuli Venezia Giulia e Veneto nella produzione e fornitura di materiali per l'edilizia e l'arredo casa. Il bilancio 2015 si è chiuso con un fatturato di 70 milioni di euro, il 20% in più del 2014, e un utile netto di 473 mila euro, completamente reinvestito in azienda. In crescita i dipendenti, giunti a quota 300, una cinquantina in più dell'anno scorso, per effetto degli ampliamenti messi a segno nell'ultimo periodo. Dall'acquisizione dell'ex Prebag srl in provincia di Treviso, entrata nell'orbita Zanutta alla fine del 2014, all'apertura di una filiale a Venezia, all'ampliamento delle sedi di Udine e Sacile, fino all'inaugurazione, a giugno 2015, della filiale di San Dorligo della Valle, un investimento di 1 milione e mezzo di euro che ha proiettato l'azienda anche verso il mercato sloveno.

«Nell'ultimo biennio - commentano gli imprenditori Vincenzo e Gianluca Zanutta, a capo dell'azienda - il fatturato è cresciuto del 20% l'anno, consentendoci di conso-



la sede di Udine

lidare la nostra capacità di vendita e investire in innovazione e qualità. Abbiamo puntato sulla diversificazione dell'offerta: non solo edilizia pesante e costruzioni, ma anche finiture per la casa, mobili, ferramenta e tutto ciò che rientra nel volano fisiologico generato dalle ristrutturazioni e dal rinnovo della casa». Nei progetti a breve scadenza, infatti, c'è una nuova aper-

tura a Cervignano e un'ulteriore espansione in Veneto con una nuova filiale a Padova. E c'è anche l'apertura a nuovi settori strategici come la bioedilizia. «Abbiamo in piedi il progetto di costruzione della prima casa in legno a emissioni compensate, - fa sapere Gianluca Zanutta - un progetto che rientra in un accordo stipulato qualche mese fa con il Ministe-



ro dell'Ambiente per il calcolo dell'impronta ambientale delle nostre produzioni. Puntiamo a lanciare sul mercato un prodotto innovativo e futuribile». Nel prossimo futuro l'azienda punterà molto anche sulla crescita interna: «gli utili saranno interamente reinvestiti nella formazione e nell'aggiornamento del personale, oltre che nel miglioramento delle strutture e delle procedure di vendita. Puntare su nuovi mercati vuol dire

investire necessariamente in formazione per garantire alti livelli di specializzazione e di qualità del servizio».

Originaria di Carlinò, dove è nata negli anni '50, la Zanutta si è via via specializzata nel settore delle costruzioni edili aprendo diverse sedi in provincia di Udine. Nel 2012 ha assorbito lo storico gruppo sacilese Fadalti spa, acquisendo 14 filiali e 130 dipendenti ed espandendosi anche in Veneto. Oggi è uno dei gruppi più grandi e solidi del Triestino, presente con 22 filiali distribuite nelle provincie di Pordenone, Udine, Trieste, Venezia, Belluno e Treviso e, come detto, una nuova apertura prevista a Padova. Oltre alla distribuzione dei migliori marchi del settore edilizia-casa, il gruppo è anche produttore certificato di solai, tetti in legno ed elementi in ferro per le costruzioni edili. Nell'ultimo anno ha attivato diverse iniziative anche all'estero, con l'acquisizione di commesse in Azerbaijan e l'apertura di una filiale in Francia. Altre aree geografiche alle quali guarda con interesse sono il nord Africa e l'Europa.

CURIOSITÀ

Arredo per le ristrutturazioni

Un progetto completo per l'arredo casa, che va dal bagno alla cucina, al living, alla camera da letto e a tutti gli altri spazi domestici, giardino compreso. Da sempre specializzata nel settore dell'arredo bagno, con una vasta esposizione di vasche, docce, sanitari e rivestimenti ceramici, Zanutta ha varato un nuovo servizio di consulenza per la personalizzazione di tutta la casa. «Un servizio "chiavi in mano" - spiega Vincenzo Zanutta - che seleziona le migliori soluzioni per l'abitare e offre assistenza anche in tema di agevolazioni fiscali». L'idea nasce guardando al mercato residenziale, e in particolare alla crescita delle ristrutturazioni che nei primi quattro mesi del 2016 hanno registrato un aumento del 38% circa degli investimenti rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Merito attribuibile ai bonus fiscali per le ristrutturazioni edilizie e le riqualificazioni energetiche. «Ecco perché abbiamo pensato a un progetto integrale: non solo bagno ma idee per cambiare o rifinire tutta la casa affidandosi a un team di progettisti ed esperti dell'arredo».

Quattro generazioni di albergatori.
Il più antico edificio ricettivo di Lignano Sabbiadoro

IMPRESE



HOTEL MARIN

Turismo da oltre 100 anni

Era il giugno 1905 quando Angelo Marin decise di realizzare l'albergo in una spiaggia selvaggia

Viviana Zamarian

La sua storia ha inizio 113 anni fa. Quando il giovane pioniere Angelo Marin decise di realizzare in una spiaggia selvaggia un hotel. Capi, con lungimiranza, che Lignano sarebbe diventata in futuro una stazione turistica balneare. L'unica via di comunicazione allora era il mare. E proprio da lì arrivavano le barche da Marano cariche di mattoni e del materiale necessario alla sua costruzione. Contemporaneamente, il primo palo dello stabilimento balneare della riviera fu piantato l'11 aprile 1903. Due anni dopo, nel giugno 1905 l'edificio (due piani e una trentina di camere) è completato e registra già il tutto esaurito. Il titolare, come ricorda nella sua cronaca il giornalista Mario Blasoni, «fu il primo imprenditore a noleggiare un'auto per andare a ricevere gli ospiti in arrivo e ricompagnarli all'imbarcadere». Negli anni che seguirono, Angelo fu coadiuvato nella conduzione dell'hotel dal figlio Angelo junior e dalla nuora Curzia. Ora è il nipote Marco con la sua famiglia che, seguendo le tracce dei suoi predecessori, continua la tradizione. Un albergo, il Marin, che negli anni ha ospitato clienti illustri come il soprano Toti dal Monte, il Quartetto Cetra, artisti come Fred Pittino, Giordano Merlo, Max Piccini, nonché scrittori come Oriana Fallaci, Carlo Scorgion e Renzo Valente. Ma un albergo che, pur con un passato così importante, ora guarda al fu-



turo. È il proprietario Marco Marin a lanciare infatti una sfida di qualità. «Dobbiamo puntare alla riqualificazione di Lignano nel suo complesso - afferma - partendo dai luoghi simbolo della nostra cittadina balneare: penso alla Terrazza a Mare, agli stabilimenti balneari abbinati a un progetto di rifacimento totale del lungomare. Rappresentiamo, con la nostra realtà balneare, un fiore all'occhiello sulla costa adriatica, è indispensabile non programmare e sviluppare un piano di riqualificazione che spinga a investire e puntare all'eccellenza». Proprio dal più antico hotel della località balneare, ora gestito dalla quarta generazione Marin, si lancia un nuovo modo di fare turismo. «Non è possibile puntare solamente a un contenimento dei prez-

IN CIFRE

Quattro stelle
con 75 camere

Aperto nel 1903

Quattro stelle

150 posti letto

75 camere

Piscina/sala fitness

zi al turista - continua - serve qualità. Oltre che dei servizi alberghieri, anche dei servizi offerti dalla comunità: devono essere all'altezza di uno dei più bei litorali dell'Adriatico. Ogni anno investiamo centinaia di migliaia di euro nella

riqualificazione del nostro albergo, solo con la qualità si può puntare in alto in una vision del futuro». Proprio per incentivare l'economia locale è stata proposta l'idea, rivolta a tutti gli albergatori regionali, di puntare su fornitori del posto. «Ne guadagneremo in salute e tutela ambientale, perché sappiamo da dove provengono i prodotti, come sono stati coltivati e daremo slancio alle produzioni tipiche dei nostri luoghi» - spiega -. 'L'iva pagata e riscossa sulla compravendita dei prodotti che poi serviamo ai clienti, rimane così in Regione. Se ogni albergatore puntasse soprattutto alla qualità del prodotto, alle produzioni a km zero regionali, incentiveremmo l'economia locale, offrendo il meglio delle nostre tipicità».

CURIOSITÀ

Intesa con "Il Cervo" di Tarvisio

Unire mare e montagna si può. L'hanno fatto Marco Marin, proprietario dell'albergo Lignano a 4 stelle e Vito Anselmi titolare dell'hotel Il Cervo di Tarvisio (4 stelle con 216 posti letto) formalizzando un protocollo d'intesa. L'obiettivo è quello di promuoversi reciprocamente. Nelle due strutture ricettive e sui rispettivi social sarà dunque divulgato materiale pubblicitario e organizzate iniziative di co-marketing. «Finalmente il mare e la montagna creano sinergia - hanno sottolineato Marco Marin e Vito Anselmi - da Tarvisio transitano buona parte di coloro che, in auto, giungono in Friuli, dall'Est e Nord Europa e dalla Russia. Dobbiamo calamitare ancora di più l'interesse di questi turisti e farli rimanere in Fvg, possiamo offrire tutto: dallo sci d'inverno sui monti, o al trekking estivo, ad una delle più belle piste ciclabili d'Europa, fino alla classica vacanza di mare. La sinergia con Anselmi è un esempio di come si possa collaborare anche dai due poli opposti della nostra Regione». Insomma, si punta sul gioco di squadra e sulla capacità di fare rete. «Parleremo di mare anche in montagna - confermano poi i due albergatori - è già disponibili

le, nella nostra struttura, il materiale pubblicitario dell'hotel Marin. Un turista potrà così decidere di trascorrere le sue vacanze estive a Lignano. Ritengo siano queste operazioni in cui tutti portano a casa dei vantaggi. Un'idea questa che potrebbe rappresentare un esempio, l'apripista, per altri operatori del settore a fare la medesima cosa». I due albergatori non esclu-



La famiglia Marin

dono nemmeno la possibilità di realizzare pacchetti turistici condivisi, offerti dalle due strutture, che prevedano mare e monti. Un nuovo modo, dunque, di intendere il turismo in Regione. Il mare e la montagna friulana si sostengono così reciprocamente offrendo al visitatore la possibilità di ammirare il Friuli Venezia Giulia in tutta la sua bellezza.

(v.z.)

INSOLITO MORET

Una vetrina delle eccellenze friulane

Il meglio del territorio rivisitato e valorizzato

Bello da vedere. Buono da mangiare. All'Insolito Moret il concetto di cucina è completamente nuovo, rivisitato mantenendo un legame imprescindibile con la tradizione e il territorio, di cui diviene vetrina. A nord di Udine, il nuovo volto dell'eccellenza ha preso forma e si è plasmato nell'Insolito. «La ristorazione sta cambiando velocemente - spiega Edoardo Marini, titolare assieme alla famiglia de Là di Moret -. Per questo Insolito diviene una vetrina di quello che sappiamo fare noi ma anche di quello che abbiamo in Friuli. E

questo soprattutto per dare il piacere ai nostri ospiti di scoprire, ritrovare ma anche per fare promozione per quei piccoli produttori poco conosciuti ma assolutamente eccezionali». All'Insolito, dunque, un concetto completamente rivisto di cucina "lab" dove il meglio del territorio, rivisitato e valorizzato è protagonista dell'offerta a una clientela aperta e attenta. Il nuovo concetto di ospitalità sposato da Insolito non è certo un arrivo ma un punto di partenza per un più ampio progetto che coinvolgerà una delle strutture di riferimento della

ristorazione dell'intera regione. «Abbiamo voluto cambiare per dare un messaggio importante - prosegue Marini -: la nostra qualità si fonda sulla base di 110 anni di esperienza. Per questo, mantenendo il ristorante Il Fogolar come centro della nostra ricerca gastronomica, abbiamo voluto affidare all'Insolito il ruolo di "vetrina" di quello che sappiamo fare». Un compito che si sostiene sul progetto di menù elaborato dallo Chef Stefano Basello con la piena e fattiva collaborazione della sua brigata: «una cucina del territorio rivisitata in chiave moderna - spiega chef Basello - dove molto particolari saranno le cotture. Una cucina curiosa, fatta dei nostri profumi, dai nostri prodotti anche raccolti direttamente dal nostro personale. Il punto di attrazione - ribadisce Basello - saranno le cotture e i contenitori particolari, d'impatto scenografico. Sarà una cucina molto "lab": un vero e proprio laboratorio nel quale far conoscere i nostri profumi e i nostri sapori, con pro-



Una cucina "curiosa", "fatta dai profumi, dai prodotti anche raccolti direttamente dal nostro personale"

dotti artigianali, raccolti anche direttamente dal nostro gruppo di cucina, e rivalutati in chiave moderna». L'onda nuova dell'Insolito dentro e fuori dal piatto perché anche attraverso gli interni l'ospite sarà catapultato nella nuova dimensione. Su progetto dell'architetto Nico Vidoni Del Mestre, Insolito presenta quindi un concetto di ospitalità caldo e luminoso, nel quale prende corpo un vero e proprio modo di essere che fornirà l'ispirazione per il prosieguo del progetto di valo-

rizzazione dell'intero Là di Moret. Una scenografia perfetta dunque per gli amanti del mangiare bene. «Ci sarà ricerca delle lavorazioni naturali - continua Marini - per chi ha voglia di capire cosa mangia, da dove viene quello che sta assaporando con un occhio e un'attenzione particolare al benessere. Non solo ricerca del prodotto ma anche di come presentarlo. Bello da vedere, buono da mangiare. Nel nuovo concetto quindi ci sarà una ricerca approfondita dei prodotti della natura, del biologico, dei piccoli produttori, delle lavorazioni naturali. Ovvero delle grandi e piccole eccellenze del territorio che vogliamo far conoscere e condividere con i nostri ospiti. Un'offerta più evoluta e matura, dove il prodotto buono e pulito si sposa con una ricerca estetica». Chi guarda al

Su progetto dell'architetto Nico Vidoni Del Mestre, Insolito presenta un concetto di ospitalità caldo e luminoso

futuro e ne raccoglie le sfide, lo fa con radici ben piantate nel terreno, forte dei suoi 110 anni di storia: fondato dal patriarca Giovanni, oggi vede Edoardo Marini gestire il cambiamento, nella piena conferma di quella dinamicità che ha da sempre contraddistinto questa struttura. Nato nel 1905 come luogo di ristorazione semplice e schietta, è poi diventato il punto di riferimento dell'eccellenza enogastronomica di Udine e del suo territorio, convogliando su di sé l'attenzione di una clientela vasta ma sempre selezionata. Amore per la buona cucina, accoglienza raffinata e discreta, comfort e posizionamento strategico hanno fatto il resto: Là di Moret è un vero e proprio brand riconosciuto e riconoscibile. Oggi, con la sempre più importante separazione tra la cucina di qualità e quella indifferenziata, Là di Moret vuole riconfermare i valori che l'hanno reso celebre e apprezzato: qualità, attenzione, curiosità, innovazione.

Anna Casasola



Non solo mare e montagna. Ci sono molti territori ancora poco conosciuti in grado di far provare esperienze uniche. E gli operatori se ne stanno accorgendo

SPECIALE TURISMO



L'INTERVISTA

Cibo e sport i nostri brand

MIRABILIA

Udine capitale del turismo a ottobre

È stata scelta Udine, quest'anno, per ospitare, i prossimi 24 e 25 ottobre, la Borsa Italiana del Turismo Culturale, con B2b e incontri fra imprese italiane (tour operator, agenzie di viaggio, albergatori, agenzie di incoming...) e 50 operatori stranieri del settore, da vari Paesi: Ue, da Stati Uniti e Giappone. Si tratta della quinta edizione, realizzata nell'ambito di "Mirabilia", progetto che mette in rete, per una promozione coordinata, i siti Unesco "meno noti", con la regia di 11 Camere di Commercio (Matera capofila, con Udine, Bari, Chieti, Genova, La Spezia, Lecce, Messina, Perugia, Siena e Taranto). Per questo, la Cciao di Udine, a metà giugno, ha organizzato una serie di incontri informativi aperti a cittadini e imprese, a Tolmezzo, Aquileia e Udine, con l'obiettivo di condividere il programma della Borsa e coinvolgere gli operatori locali in questa importante opportunità di sviluppo dei contatti commerciali. La quinta edizione della Borsa italiana del turismo culturale si realizzerà a Udine in coordinamento con la Regione e Promoturismo Fvg, con la collaborazione del Comune di Udine, dei Comuni di Forni di Sopra, Cividale del Friuli, Aquileia, Palmanova, della Fondazione Aquileia. Per informazioni: Cciao Udine Azienda speciale I.Ter, 0432.273516 promozione@ud.camcom.it.

Giada Marangone

Esperienze, promozione del territorio e un'offerta segmentata e profilata in grado di venire incontro alle eterogenee esigenze del turista: questa, in estrema sintesi, la strategia di PromoTurismoFVG per il breve e medio periodo. All'indomani di Buy Friuli Venezia Giulia, la Borsa del turismo regionale, giunta alla sua quinta edizione, abbiamo fatto il punto sul turismo regionale. «Quello che si è appena concluso è stato un evento strepitoso - afferma il direttore generale di PromoTurismoFVG Tullio Petrangelo - . Dopo tre anni di assenze dalla nostra regione, sono giunti in Friuli Venezia Giulia qualificati operatori, alcuni dei quali per la prima volta».

L'evento ha infatti attirato in regione oltre un centinaio di operatori turistici e giornalisti di testate nazionali e internazionali alla scoperta delle peculiarità e specialità del territorio del Friuli Venezia Giulia e delle molte opportunità destinate ai diversi target turistici. Oltre cinquanta le località visitate e tredici i tour organizzati.

«Per far conoscere il Friuli Venezia Giulia agli operatori accorsi abbiamo voluto puntare su un percorso esperienziale - continua Petrangelo - ; questa è infatti una regione autentica, fatta di aree di elevato interesse turistico e di eccellenze, vocata allo sport e a un turismo slow».

L'intento del tour è stato quello di far conoscere anche le località poco conosciute o con



Tullio Petrangelo



Bruno Bertero

flussi turistici ridotti e far cogliere ai buyer e operatori specializzati le potenzialità e peculiarità.

Ma quali sono i motivi che spingono il potenziale turista a visitare la nostra regione?

Per Bruno Bertero, diretto-



Foto di Maurizio Valdemarin

Il mare di Lignano rappresenta una meta tradizionale per le famiglie

re marketing di PromoTurismoFVG, il concetto di turismo esperienziale è certamente centrale per promuovere la destinazione Friuli Venezia Giulia: «Oggi i competitor non sono più le regioni vicine ma i modelli di offerta. Ciò che quindi diviene fondamentale per ogni singolo turista - continua il manager - è quello di cogliere il tour di esperienze all'interno di questa regione. In Friuli Venezia Giulia esistono prodotti classici e altri prodotti più maturi. Il mare per il grado di sicurezza e tranquillità offerti, dati dai fondali poco profondi, dai servizi per la famiglia, dall'attenzione all'accoglienza, dalle animazioni per ogni segmento di età - dai bambini più piccoli ai giovani - e per il tipo di offerta segmentata e profilata è certamente una delle eccellenze di questa regione - afferma Bertero -, proprio come la montagna».

Molte inoltre sono le originalità, ancora poco conosciute, sulle quali puntare per lo sviluppo del comparto turistico regiona-

le; l'enogastronomia (tipicità e specialità del territorio, vini e distillati, ristoranti e trattorie che presentano piatti e sapori unici del Friuli Venezia Giulia) è certamente uno di questi. «In regione - continua il direttore marketing - si possono fare molteplici esperienze, come ad esempio volare in deltaplano, fare idrospeed, canyoning. Questi sono territori ancora poco conosciuti e di rara bellezza, con servizi in continua crescita e in grado di soddisfare quelle che sono anche le esigenze più peculiari dei nostri potenziali turisti».

Non solo cicloturismo quindi in Fvg ma moltissime esperienze outdoor come la bike - slow bike, mountain bike, bike estremo - il cavallo, il trekking, il nordin wolking, il dog trekking e le arrampicate.

«Lo Zoncolan - puntualizza il manager - sta diventando un brand fortissimo. Anche la Carnia con le sue sette vallate e i diversi gradi di difficoltà e infrastrutture sta crescendo molto

sul fronte turismo. Stiamo puntando inoltre sui circuiti culturali in senso ampio».

Le strategie messe in campo mirano in primis al consolidamento di mercati "storici" quali Austria, Germania, Svizzera, Triveneto ed Emilia Romagna e secondariamente all'apertura della destinazione Friuli Venezia Giulia a mercati dell'Est.

«Particolare attenzione - evidenzia Bertero - è rivolta su mercati spontanei come la Francia, dove vorremmo attuare azioni mirate. Per quanto attiene gli investimenti a breve e medio termine stiamo razionalizzando la comunicazione offline a seconda della distanza del mercato a cui ci rivolgiamo e mettendo in campo un marketing mix efficace e volto a penetrare i diversi target. Stiamo infine lavorando alla creazione di un social media team diffuso per il presidio digitale della rete, mirato al posizionamento e valorizzazione del brand Friuli Venezia Giulia e votato all'engagement» chiosa Bertero.

LA PRESIDENTE DELLA REGIONE DEBORA SERRACCHIANI

Promozione e investimenti

Lo sviluppo del turismo è un filone strategico per l'azione dell'Amministrazione regionale e in questa partita stiamo già raccogliendo risultati importanti. Il rapporto Bankitalia sui dati del 2015 attesta per il Friuli Venezia Giulia una crescita del 4,1 per cento, frutto di un lavoro condotto in profondità con l'obiettivo di rendere sempre più coordinata e sistematica l'azione a favore del tessuto produttivo che sostiene il settore e l'azione di promozione dell'offerta regionale. È figlio di questa convinzione l'inserimento del turismo - contestualmente alla cultura e alla creatività - nella lista delle aree che beneficiano della Strategia di specializzazione intelligente sulle quale si gioca la sfida di innovazione e competitività del Friuli Venezia Giulia. È una sfida nella quale siamo in campo su due versanti: da un lato la promozione univoca della Regione e l'ottimizzazione delle risorse turistiche regionali, cui obbedisce la costituzione di PromoTurismo FVG, dall'altro l'investimento di risorse tangibili a favore delle strutture ricettive. La riforma contenuta nella legge regionale 4/2016 ha istituito

il Fondo per i contributi in conto capitale alle imprese turistiche e ai pubblici esercizi, che verranno assegnati attraverso il Catt (Centro di assistenza tecnica alle imprese del terziario). I regolamenti saranno esecutivi a breve. In assestamento di bilancio 2016 le risorse regionali per il miglioramento delle nostre strutture ricettive ammontano a circa 18 milioni di euro, più oltre 2 milioni per il settore terziario collegato al turismo.

Lo sviluppo turistico del Friuli Venezia Giulia - ne siamo convinti - si può giocare su ampio spettro perché la straordinaria ricchezza di risorse in spazi raccolti costituisce un unicum: nessuna regione europea è in grado di offrire in spazi così brevi distanze mare e montagna, tradizioni rurali e città, patrimonio artistico e culturale e una sorprendente offerta eno-gastronomica. Così il Friuli Venezia Giulia è l'unica regione d'Italia inserita nelle dieci aree del mondo che i turisti non devono perdere nel 2016, secondo il prestigioso "Best in Travel 2016" di Lonely Planet. Questo è un premio importantissimo e uno stimolo enorme. Innoviamo per crescere e rac-

cordiamo le forze per una promozione ordinata attraverso le azioni sui mercati italiani ed esteri, le attività di comunicazione e pianificazione online e offline e le iniziative di promozione e fidelizzazione dei turisti che già ci conoscono. Governance significa sapere chi fa cosa, da PromoTurismoFVG alle Pro Loco, dal pubblico al privato. Lo sviluppo del nostro turismo oggi coinvolge tutti secondo una strategia modulare con una regia attenta a evitare sovrapposizioni e divaricazioni. In questo quadro d'insieme i principali prodotti su



cui puntiamo sono sei: mare, montagna, cultura, rurale slow, enogastronomia e turismo sportivo. Quest'ultimo segmento ha una forte valutazione negli ultimi anni e va dal trekking all'arrampicata, dall'equitazione al cicloturismo. La bici, in particolare, si dimostra uno strumento di marketing territoriale che funziona nella destagionalizzazione dell'offerta e si collega volentieri alla cultura e all'enogastronomia. Per questo motivo la Regione ha promosso uno specifico Club di prodotto Bike che raggruppa una serie di strutture in

grado di offrire tutti i servizi necessari per accogliere al meglio i cicloturisti e le location ideali per scoprire gli itinerari. Un'azione di sistema, ancora una volta, è sottesa alle ciclovie. Un esempio pratico è il sistema treno-bici: accanto al successo già collaudato del servizio Micotra Udine-Villaco, abbiamo da poco raccolto un primo consenso del Parlamento a inserire il ripristino della Sacile-Gemona nel lotto delle ferrovie turistiche nazionali, che si alimentano del collegamento con il mondo del cicloturismo.

In una strategia coordinata di promozione del turismo, infine, servono alcuni grandi eventi da sostenere in maniera mirata, chirurgica, perché sono portatori di un forte valore aggiunto: per la stagione estiva ecco il supporto alle sessioni preparatorie del Tour di Vasco Rossi a Lignano Sabbiadoro e a ITS 2016 a Trieste, la rassegna che fa girare sulla stampa di tutto il mondo il fashion e l'immagine del Friuli Venezia Giulia come punta di diamante dell'innovazione. Anche la platea degli specialisti del settore ha avuto recentemente un suo evento



Il Fvg è l'unica regione d'Italia tra le 10 aree del mondo che i turisti non devono perdere nel 2016, secondo "Best in Travel 2016" Lonely Planet

di prestigio con la quinta edizione del BUY Friuli Venezia Giulia, la Borsa del turismo regionale. Oltre 100 tour operator provenienti da molti Paesi e un significativo elenco dei giornalisti, inviati di autorevoli testate turistiche nazionali ed estere, sono stati richiamati in regione alla scoperta del territorio e delle sue eccellenze.

Per garantire al settore dell'ospitalità turistica flussi adeguati l'offerta deve adeguarsi ai tempi

SPECIALE TURISMO



IL FENOMENO

Albergo e due ruote un binomio vincente

Lucia Aviani

Il binomio albergo-due ruote è formula vincente, sinonimo di buon giro di clientela. Il domani delle strutture ricettive friulane dovrà far rima con bicicletta, a quanto pare: per garantire al settore dell'ospitalità turistica flussi adeguati, o meglio premianti, l'offerta deve adeguarsi ai tempi. E i tempi, appunto, questo richiedono: accoglienza idonea per i cicloturisti, categoria in crescita continua, quasi esponenziale. Certo, quella appena citata è «solo una delle strade da imboccare», puntualizza la presidente di Federalberghi Fvg Paola Schneider: l'impianto infrastrutturale, chiarisce, non è ancora tale (tutt'altro) da permettere ai singoli hotel di «specializzarsi» in un campo unico. «Non si può contare esclusivamente sulle bici, insomma», chiarisce Schneider, pur concordando sul fatto che la nuova frontiera sta proprio lì e confermando che le realtà alberghiere che si sono attrezzate in tal senso hanno visto ampiamente ripagati i propri sforzi logistici. «Tutti i nostri hotel, però - ribadisce la presidente -, puntano ad avere più filoni di proposte, in modo da poter intercettare un'utenza diversificata, abbracciando un mercato "totale", non di nicchia. Il comparto bici funziona, è vero, ma limitatamente alle zone ben servite da ciclovie». La fascia dell'Alpe Adria, che collega Salisburgo a Grado, ovviamente la fa da padrone. «Altrove - prosegue la portavoce di Federalberghi - è più faticoso far decollare l'opzione del cicloturismo, per palesi motivi di carenza di servizi. Ecco perché ci si indirizza, come dicevo, verso la pluralità di opzioni: filone famiglia, per esempio; o filone

Le strutture si stanno specializzando sempre più per accogliere gli appassionati di ciclovie e i bikers. E così gli ospiti hanno anche a disposizione un'officina



Un gruppo di ciclisti giapponesi ospitati dall'hotel Perla di Ravascletto

trekking, e così via. La "specialità", ripeto, nella nostra dimensione non è ancora possibile, a differenza di quanto avviene ormai da tempo in vari Paesi d'Europa ma pure in altre regioni d'Italia, dove gli hotel che si trovano, di-

ciamo così, nel posto giusto riescono a vivere sfruttando solamente una particolare risorsa». Intanto, però, la lista degli alberghi nostrani che ammiccano agli amanti della bicicletta si sta allungando. Qualche flash in ordine

sparso, allora. Hotel La Perla di Ravascletto, della famiglia Polo: «Abbiamo attrezzato il garage allo scopo - spiegano i proprietari - i nostri ospiti possono fruire di un'idropulitrice, oliare le bici, eseguire eventuali riparazioni e, natu-

ralmente, custodire i mezzi in un luogo sicuro. C'è poi il caso limite di chi se la porta in camera, la sua "creatura"...». Anche questo è concesso. «La risposta maggiore - rendono noto sempre dal Perla - arriva dagli stranieri.

Gradiscono la cucina tipica e si dimostrano, puntualmente, ottimi conoscitori dei vini friulani e italiani... Di recente abbiamo accolto un gruppo di australiani e uno di tedeschi: queste comitive arrivano, normalmente, con un'equipe alle spalle, un vero e proprio staff». Servizi analoghi li garantisce l'hotel Roma di Tolmezzo, mentre l'hotel Bellavista di Ravascletto (per restare in zona) si è votato ad altro settore: «Motociclette», raccontano dalla struttura, punto di riferimento per i centauri ormai da una decina d'anni. «Facciamo parte - chiariscono dall'albergo - di un'apposita rete, che fa capo all'Austria: ogni anno dobbiamo attestare il possesso di determinati standard. Gli ospiti hanno a loro disposizione uno spazio in cui lavare le moto e una piccola officina; offriamo anche, all'occorrenza, una navetta per il recupero di mezzi rimasti bloccati per guasti. E forniamo, naturalmente, tanto materiale informativo sui possibili tour nelle nostre zone e nelle vicine Austria e Slovenia». A Udine, invece, work in progress. Preso atto dell'incremento della domanda ci si sta attrezzando: un "modello" arriva dall'hotel Ambassador, che in ragione dell'alto numero di "presenze a due ruote" registrato la scorsa estate ma pure in questa prima fase della stagione 2016 ha pianificato la realizzazione di una sezione dedicata (con l'auspicio che chi di dovere adotti accorgimenti «per migliorare la segnaletica dei percorsi ciclabili, decisamente carente»). Il Cividalese non è da meno. Un esempio per tutti: l'agriturismo Bosco Romagno, che già offre degna ospitalità ai ciclisti, sta valutando l'ipotesi di dotarsi di bici elettriche e di attivarsi pure nel campo delle mountain bike.

NAUTICA

Gli yacht finlandesi arrivano al Marina Sant'Andrea

È nata Swan Adriatic, la succursale italiana del prestigioso cantiere finlandese specializzato nei grandi yacht a vela. Ha sede in Friuli, a San Giorgio di Nogaro (Ud), al Marina Sant'Andrea. Il marina dei vip situato sulle rive del fiume Corno, che con una profondità media di 7 metri collega al mare attraversando l'incomparabile scenario della laguna di Marano Lagunare e Grado, la più settentrionale d'Europa. La struttura nautica creata una dozzina d'anni fa dalla famiglia di imprenditori pordenonesi Altan, già da diverso tempo è il punto di assistenza per l'Adriatic per gli Swan, ma anche per altri altrettanto prestigiosi cantieri per le barche a vela o a motore; questo, grazie all'alta specializzazione raggiunta dagli artigiani che vi operano. La scelta del cantiere, ha spiegato Lorenzo Bortolotti, responsabile delle vendite dei maxi per la Nautor's Swan, è caduta su Marina Sant'Andrea per un insieme di fattori, compresa la già riconosciuta qualificazione e specializzazione proprio sulle



La Swan Adriatic

imbarcazioni svedesi. Marina Sant'Andrea, ha ricordato Fortunato Moratto, consigliere unico della struttura, ha ottenuto quest'anno la dodicesima Bandiera Blu, l'ambito riconoscimento assegnato dal Fee, un organismo generato dall'Onu, che premia le scelte di ecosostenibilità, riqualificazione ambientale, rispondenza alle attese dell'utenza e del territorio circostante. La Bandiera Blu è stata riconosciuta al Marina friulano ininterrottamente, fin dalla sua inaugurazione. Si trova infatti a

valle di Portonogaro, nell'ambito della zona industriale dell'Aussa-Corno. Ciononostante, una volta superata la sbarra d'ingresso, l'urbanizzazione nella quale ha molto spazio l'arredo verde, le scelte di costruzione, la luce particolare che si riflette e che sprigiona dalla contigua laguna, creano un'ambientazione particolarmente suggestiva. Per l'inaugurazione degli uffici vendite, che si trovano al primo piano della palazzina direzionale di Marina Sant'Andrea, è stato organizzato lo 'Swan open day' di primavera. Assieme alla possibilità di salire a bordo di alcune imbarcazioni, sono stati presentati i nuovi Swan 50 e 54, che stanno per scendere in acqua, e il 78 piedi, che sta per entrare in produzione. E con le barche a vela le auto e scooter a propulsione tradizionale, ibride, elettriche, della Bmw proposte da Autostar, e le esclusive biciclette Carver, che utilizzano telai scolpiti in legno da maestri d'ascia. Il tutto, ascoltando l'arpa celtica di Emanuela Battigelli, e degustando i vini dell'Azienda Livio Felluga di Cormons.

PICCOLO FESTIVAL FVG

Opera lirica traino per il turismo

L'opera lirica diventa traino per la promozione turistica del Friuli Venezia Giulia. Non è un obiettivo per il futuro, ma la realtà di Piccolo Festival FVG che ha all'attivo oltre 400 prenotazioni di tour operatori italiani e stranieri che hanno acquistato pacchetti (spettacolo + soggiorno in hotel della regione) già a partire dai primi mesi del 2016. Dall'1 al 9 luglio Piccolo Festival metterà in scena una programmazione di alto livello, capace di portare la musica classica e la lirica nelle location più suggestive, ricche di bellezza e di storia del territorio, dalle colline al mare e fino ai luoghi della grande guerra del Friuli-Venezia Giulia. Il numero di prenotazioni è davvero significativo: poche rassegne culturali possono vantare un tale indotto turistico dal momento che, per essere inseriti nei cataloghi dei tour operators, bisogna annunciare la programmazione con oltre un anno di anticipo. L'organizzazione è nelle mani del direttore artistico di Piccolo



Festival Gabriele Ribis, baritono friulano, consulente della Jerusalem Opera e consulente per la musica classica e lirica dell'associazione Ergonauti di Udine. Merito anche della stretta sinergia e della collaborazione con Promoturismo FVG che ha subito intuito il valore turistico del festival e lavorato a fianco della direzione per valorizzarne al meglio la promozione in Italia e all'estero. «Ogni anno Piccolo Festival diventa più grande - commenta Ribis - il nostro obiettivo è quello di consolidare una manifestazione che, attraverso l'ope-

ra e la grande musica classica, diventi vetrina della Regione e possa allo stesso tempo costituire un veicolo di indotto in particolare per il comparto turistico di fascia medio-alta.» Dopo il successo di Don Giovanni di Mozart dell'edizione 2015, la produzione protagonista di quest'anno è il «Barbiere di Siviglia» di Gioacchino Rossini che proprio quest'anno festeggia il bicentenario (1816-2016). Con il programma «Dimore di luce» si parte l'1 luglio al Castello di Susans con il concerto di gala per tre tenori «E lucevan le stelle», il 2 luglio debutta «Il Barbiere di Siviglia» a Villa Manin mentre il 3 luglio tocca a «Pierino e il lupo» di Prokofiev con il coro Coro Manos Blancas FVG. La settimana successiva si riprende il 7 luglio con il Barbiere al Castello di San Giusto di Trieste, venerdì 8 va in scena il recital per voce e pianoforte al Castello di Duino «Listz, Dante e Petrarca a Duino» mentre sabato 9 luglio si chiude a Palazzo Attems Petzenstein di Gorizia con la «Missa Dalmatica».

Ecco i numeri che descrivono le imprese e le attività legate al turismo in Friuli Venezia Giulia

SPECIALE TURISMO



I NUMERI

Gli stranieri ci premiano

I turisti d'Oltralpe sono il 54,4% del totale, mentre in Italia arrivano al 49,9%

Fonte: elaborazioni su dati InfoCamere, Istat e Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

Indicatori	FVG	Italia
Capacità ricettiva (posti letto)	143 mila	4,8 milioni
di alberghieri	41,7mila	2,2 milioni
Arrivi	2,2 milioni	106,6 milioni
Presenze	7,9 milioni	378 milioni
di cui Straniere	54,4%	49,4%
Prodotto turistico più utilizzato	Marino (62%)	Marino (30%)
Stagionalità	Luglio/agosto (46%)	Luglio/agosto (39%)
Strutture ricettive (*)	1.139	65,7 mila
Attività dei servizi di ristorazione (*)	4.637	218mila
Bar e pubblici esercizi	4.510	187mila
Agenzie di viaggio, servizi turistici	290	22mila

(*) localizzazioni attive

Una capacità ricettiva di 143 mila posti letto, di cui 41 mila e 700 alberghieri, 1.139 strutture ricettive, 4.637 attività dei servizi di ristorazione, 4.510 bar e pubblici esercizi, 290 agenzie di viaggio. Sono i "numeri" che descrivono le imprese e le attività legate al turismo in Friuli Venezia Giulia, secondo i dati Istat, Infocamere e Regione Fvg elaborati dal Centro Studi della Camera di Commercio di Udine. Il Friuli Venezia Giulia supera di poco l'Italia per la componente di visitatori proveniente dall'estero: in regione, i turisti stranieri sono il 54,4% del totale, mentre in Italia il 49,9%. Il nostro, dicono i dati, è un turismo prevalentemente marino, per il 62%, mentre il turismo marino in Italia arriva a una percentuale del 30%. Chiaramente la stagionalità è luglio/agosto, per quasi il 50%. Nei servizi di alloggio e ristorazione, in Fvg, sono impiegate tra i 28 e le 30 mila persone (1,3 milioni in tutta Italia). Il valore aggiunto di queste attività è di 1.134,64 milioni di euro,

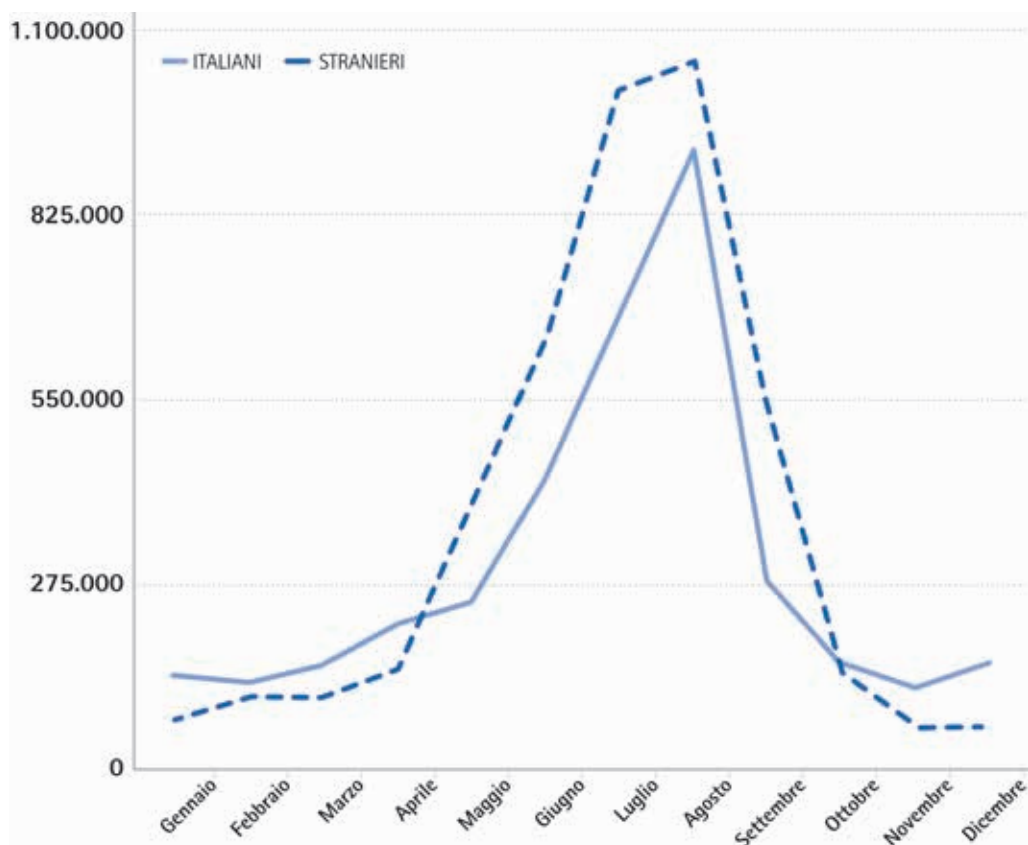
mentre il saldo della bilancia dei pagamenti del comparto è + 194 milioni di euro. In Fvg, le presenze turistiche si concentrano soprattutto nelle località marine (61,7%, contro il 29,9% in Italia), nelle città di interesse storico e artistico (10,6%, in questo caso contro il 27,2% dell'I-

Nei servizi di alloggio e ristorazione sono impiegate le 28 mila e le 30 mila persone

Italia) e nelle località montane (9,5%, contro il 12,3% dell'Italia). Se la cavano bene i capoluoghi di provincia, che in Fvg concentrano il 6,5% delle presenze mentre in Italia solo l'1,7%.

Con questi dati statistici è più facile capire l'andamento dei servizi di ospitalità in base a quanto è emerso dalla più recente indagine congiunturale di Unioncamere Fvg, relativa al 1° trimestre di quest'anno. Le strutture

ricettive regionali dichiarano una lieve diminuzione delle vendite (-1,98%) rispetto al trimestre precedente (evitando, dunque, essendo l'ultimo periodo del 2015). Ma rispetto a un anno prima, c'è invece una crescita, dell'1%. In leggero calo l'occupazione (-0,8%) e in crescita i costi totali dichiarati dalle imprese del settore (+1,9%). Per quanto riguarda le previsioni per il trimestre in corso, sono improntate alla stabilità (per circa 40/50% degli imprenditori l'economia regionale dovrebbe continuare su questa congiuntura di segno migliore), ma prevalgono (+44%) quelli che pensano ad una crescita delle vendite, anche in vista della stagione che, nonostante il meteo, è ora partita. L'indagine congiunturale ha monitorato anche la disponibilità e l'utilizzo della rete da parte delle imprese. Quelle dell'ospitalità risultano, assieme a quelle del manifatturiero, le più attive. Il 63% ha un suo sito web (superate di 1 punto solo dalle manifatturiere).



ARRIVI E PRESENZE

In ripresa i tedeschi e gli austriaci

Mentre l'estate entra nei mesi più decisivi della stagione sperando in un meteo più clemente rispetto alla primavera appena conclusa, i dati del turismo degli ultimi mesi in Friuli Venezia Giulia registrati da Promoturismo FVG sono incoraggianti. Sono dati aumenti a due cifre che vanno dal 12 al 21% quelli registrati nell'ambito del turismo invernale, fino al 3 aprile di quest'anno. Per quanto riguarda la montagna, sul fronte degli arrivi e presenze, nel comprensorio del Tarvisiano le prime si attestano a un +10,8% mentre le seconde a +15,6%. Per la Carnia e Piancavallo le rilevazioni indicano rispettivamente un +15,1% e +8,6% per gli arrivi e +10,5% e 7,9% nelle presenze. Due sono i fattori che hanno permesso di ottenere i risultati positivi: l'innevamento programmato nel momento giusto visto il carente innnevamento naturale, e la presenza di strutture

come Nevelandia e i parchi giochi di Piancavallo e Tarvisio che hanno permesso una tenuta della stagione e una differenziazione dell'offerta dedicata alle famiglie. Per quanto riguarda il comparto che comprende le località di mare, Aquileia e Palmanova, gli arrivi e le presenze hanno messo a segno addirittura un +21,6% mentre nei territori delle quattro province il valore complessivo è stato del +12,3%. Ciò è determinato dal fatto che nel periodo del rilevamento era compresa anche la Pasqua (27 aprile 2016). Va poi detto che si vedono gli effetti dell'attività svolta dalla struttura nata dalla fusione tra TurismoFvg e Promotur, con un nuovo team molto competitivo. Nel complesso, gli italiani fanno segnare un +5% di arrivi e +3,9% di presenze - anche se in genere i tempi della vacanza si accorciano - e gli stranieri +5,2% di arrivi e 4,2% di presenze. Finalmente si torna a fare

business e quindi crescono i dati delle città, mentre la destagionalizzazione delle località marine funziona bene a Grado, meno a Lignano, che però registra un movimento in questa direzione. Gli auspici sono ottimi anche per il 2016, dato che nei primi tre mesi sono cresciuti di oltre il 13% sia gli arrivi, sia le presenze, in tutti gli ambiti turistici. La politica di Promoturismo FVG ha puntato proprio all'allungamento della stagione al di fuori dei periodi canonici. In termini di presenze dall'estero, sono decisamente calate le presenze russe in Fvg, così come nel resto d'Italia mentre sono in netta ripresa i tedeschi e gli austriaci, anche a Grado e a Lignano, frutto di una campagna mirata fatta in Austria e in Baviera per recuperare i mercati storici. Sono in aumento anche gli arrivi da Repubblica Ceca, Polonia e Ungheria, new entries significative per il turismo della regione.

Francesca Gatti

Anno 2015 Arrivi e presenze per provenienza: tutte le strutture ricettive

	ARRIVI				PRESENZE			
	Anno 2015	Anno 2014	differenza +/-	variazione %	Anno 2015	Anno 2014	differenza +/-	variazione %
TOTALE FRIULI VENEZIA GIULIA	166.738	150.852	15.886	+10,5%	745.579	722.953	22.626	+3,1%

COMMENTI DEGLI ESPERTI

"Natura e cultura, i punti di forza del Friuli"

Uno scrigno inatteso di ospitalità, bellezze naturali, cultura e alto livello enogastronomico: è così che appare il Friuli Venezia Giulia agli occhi dei giornalisti che lo hanno visitato.

All'inizio di giugno, Promoturismo ha organizzato la quinta edizione del BUY Friuli Venezia Giulia, la Borsa del turismo regionale che richiama operatori turistici e giornalisti nazionali e internazionali alla scoperta del territorio.

"Penso che il Friuli Venezia Giulia non sia conosciuto fino in fondo: i turisti conoscono Trieste, Lignano Sabbiadoro e le zone costiere ma molto meno i patrimoni naturalistici delle lagune, le zone montane e l'entroterra". Non ha dubbi Mariella Grossi, esperta giornalista di turismo che ha girato l'Italia e il mondo e che ha diretto per 20 anni la rivista Dove di RCS. "Durante l'ultimo press tour, ho visitato le zone costiere e sono rimasta molto colpita dalla natura da un lato e dall'ordine e dalla pulizia delle località dall'altro: per chi vive in una grande città come Milano, arrivare a Lignano Sabbiadoro o a Grado è un'immersione di serenità, in paesi accoglienti, rilas-



Giuseppe Morello (giornalista Rtl 102.5)

santi in cui tutto è ordinato, ben tenuto e soprattutto in cui non c'è il proliferare di negozi cinesi!"

"Sono rimasta profondamente affascinata dall'isola della Cona, si meriterebbe di essere famosa quanto la Camargue! Il Friuli è davvero pieno di nicchie turistiche da sfruttare: la laguna in tutte le sue suggestioni, i tesori dell'arte e della cultura come Cividale, l'archeologia e l'arte cristiana.

Sono assolutamente convinta che i due poli - natura e offerta culturale - siano i punti di forza del Friuli. A livello di promozione, devo dire che la regione si comunica molto bene ma è come se ci fosse difficoltà nella ri-

cezione. Quando racconto le mie esperienze e i luoghi che visito qui, tutti sgranano gli occhi stupiti. Forse bisognerebbe inventare un brand o un motto che entrino nella testa delle persone, che catturi la loro attenzione e il loro immaginario".

Anche Giuseppe Morello, giornalista di RTL 102.5 e di Affari Italiani, si è innamorato del Friuli: "Ho avuto un'impressione molto positiva di una regione ancora poco conosciuta sia per la varietà dei paesaggi sia per la quella dell'offerta turistica senza dover coprire grandi distanze. Avete un'accoglienza genuina e un modo di essere disponibili e discreti allo stesso tempo, senza eccessi. Ho apprezzato lo spirito imprenditoriale delle persone che credono e investono in progetti, passioni, nuove idee." Quando si parla di comunicazione, Morello non ha dubbi: "Il FVG è una regione che va raccontata e resa più coinvolgente cercando di coglierne al meglio l'anima. Mi viene in mente la Toscana che evoca un immaginario di qualità, benessere, serenità: anche al Friuli serve questo tipo di comunicazione per associare il territorio a qualcosa di emotivo oltre alla vastità dell'offerta." (f.g.)

I giovani di Confapi Fvg si sono riuniti dando un segnale di fiducia e ripresa

STORIE DI IMPRENDITORI



GIOVANI IMPRENDITORI

Imprese di successo

Ecco i casi di aziende che hanno messo al centro della loro missione la ricerca e la creatività



Giovani imprenditori dell'Associazione Piccole e Medie Industrie del Friuli Venezia Giulia hanno inteso dare un segnale di fiducia e di ripresa con un convegno sintomaticamente intitolato "Imprenditori ottimisti, imprese di successo", i cui lavori sono stati ospitati nella Camera di commercio di Udine che ha patrocinato l'evento.

Davanti a una folta e attenta platea, Tommaso Passoni, Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori dell'Associazione ha aperto e moderato i lavori. Nell'introdurli ha tenuto ad affermare come da una situazione di crisi sia difficile uscire senza fiducia nella propria impresa e ottimi-

simo sul suo futuro, fondato sull'esperienza, passione e impulso delle idee. In questo i non pochi esempi, portati da quanti si sono succeduti sul palco, ne hanno fornito una tangibile testimonianza.

Fabio Dossena dell'Aliante Business Solution srl ha rappresentato il caso di successo mondiale di una piccola start up, in cui è stato decisivo il valore aggiunto espresso da un giovane imprenditore calabrese. Luca Ceccarelli del Gruppo Ceccarelli spa ha rappresentato i risultati raggiunti dal Lean Thinking (il "pensare snello"), di origine giapponese, come modello organizzativo aziendale ai fini della formazione

di una nuova cultura che coinvolge e responsabilizza tutti gli attori presenti in azienda. Dino Orioli del-

Giorgia Carlig, architetto instagramer, ha raccontato la sua esperienza: come dalle nuove frontiere dell'informatica si possano generare nuove professioni

la Pratic spa ha raccontato, anche attraverso un video autoprodotta, come creatività, tecnologia, innova-

zione, soluzioni funzionali e design possano fra loro integrarsi realizzando e sviluppando un'idea di grande successo. Massimo Calzavara della Calzavara spa ha testimoniato la centralità della ricerca e sviluppo quale elemento propulsore di tutta l'attività dell'impresa anche in quei rami, come quello commerciale, apparentemente distinti dal prodotto e dal processo produttivo. Giorgia Carlig, architetto instagramer, ha raccontato la propria esperienza di come dalle nuove frontiere dell'informatica, ma anche da una passione, si possano generare professioni del tutto nuovo e ricche di soddisfazioni.

Nel commentare i diver-

si contributi Passoni ha tenuto a evidenziare come gli itinerari di successo per le imprese non siano necessariamente identici. Li unisce, però, un tratto comune che risiede nella consapevolezza degli imprenditori e dei loro collaboratori delle capacità e potenzialità presenti all'interno delle imprese e della necessità di tradurle in valore. Tali potenzialità sono presenti in quasi tutte le imprese, ma spesso di esse non si ha contezza e restano, quindi, inesprese. La finalità ultima del convegno - ha concluso Passoni - è proprio quella di sollecitare una tale scoperta e di vincere ogni rassegnazione e fatalismo.

ETICA & ECONOMIA

Riempire di etica il domani

È, ahinoi, sempre elevato il numero delle persone che vive con grandi difficoltà economiche la quotidianità o di chi ha un'impresa che fatica a far quadrare i bilanci a causa di una crisi ormai decisamente molto lunga. Anche addirittura il gigante cinese, come abbiamo avuto modo di vedere, inciampa mentre ci più pareva invincibile e destinato a un futuro solo radioso. L'ultimo mezzo secolo di storia ci ha insegnato come non esistano sicurezze e che i cambiamenti sono anche estremamente repentini.

Ma donne e uomini hanno bisogno di vivere con speranze e obiettivi, di costruire il proprio domani e opportuno è che ciò si basi sull'etica, sul rispetto delle regole e sulla concreta possibilità di un operoso benessere per se e per i propri figli.

Quali possono essere allora le parole d'ordine per rendere concreto e reale tutto ciò? Ritengo senz'altro la produttività, la convenienza per gli investimenti, la possibilità di esprimere capacità e competenze senza sentimenti e atteggiamenti negativi verso chi merita e può tenendo conto dei più deboli. Occorre, poi, un cambio di velocità in tutti i settori, dalla ricerca all'economia sino alla politica, all'amministrazione pubblica, alla giustizia.

La qualità della vita in Friuli è ancora positiva. Vi è una persistente capacità di controllo, ad esempio e nonostante tutto, delle forze dell'ordine nel territorio, ciò al contrario di quanto avviene nelle metropoli e in altre realtà.

Vi è, però, come accennato, un certo timore per il futuro, per cosa dobbiamo attenderci domani. Ma se noi basiamo il nostro presente sul rispetto delle regole nell'amministrazione della cosa pubblica e di quella privata e sull'etica, è certo che sussista un futuro per noi e, soprattutto, per le nuove generazioni.

I friulani hanno metabolizzato i cambiamenti tanto che lo straniero è sempre più un collega di lavoro, un vicino di casa, un compagno di scuola. Possiamo essere un modello in questo, ma anche nel costruire un futuro basato su una sicurezza economica maggiore che guardi con serenità al futuro dei figli.

Per questo s'impone la necessità di chiedere risposte sul terreno dell'economia, dei servizi, del lavoro, della legalità. Se queste non tarderanno a venire si potrà garantire un domani pieno di etica e benessere.

Daniele Damele

IMPREDITORE STRANIERO

L'imprenditore siriano guarda al futuro



Rida Akkad e il figlio Omar

Keffà, nuovo format di Mille e una Notte

con successo il primo anno della Facoltà di Ingegneria dell'ateneo friulano (corso di Laurea in Ingegneria Gestionale).

Rida sottolinea con orgoglio che Omar "è a posto con tutti gli esami", e lo studente da parte sua assicura che ha intenzione di continuare a frequentare l'università, senza però rinunciare a formarsi anche sul campo, attraverso il lavoro quotidiano accanto a suo padre. "In azienda mi occupo di diversi aspetti - fa sapere il giovane -: dalla gestione della sala a quella dell'amministrazione e di tutti gli aspetti tecnici e tecnologici del management". Insomma il ragazzo s'impegna a tutto tondo, per farsi le ossa e prepararsi a prendere in mano, un giorno, le attività dell'intraprendente genitore. "È troppo presto per fare queste previsioni - si schermisce Omar -, prima di tutto devo imparare e poi spero di essere all'altezza un domani".

Oltre che sull'appoggio di Omar, Rida può contare sull'aiuto di sua moglie Faten. A completare il quadro di una famiglia molto unita è la sorella minore di Omar, Leila, 14 anni, iscritta al primo anno del Liceo Artistico Sello di Udine. Cittadino

italiano dal 2011 Rida Akkad è un lavoratore instancabile (è stato anche premiato dalla Camera di Commercio) e un imprenditore sempre pieno di idee innovative. L'ultima della serie è "Keffà" (tel. 0432 1698109), un format di ristorazione "giovane, semplice e divertente", spiega, dove "si può apprezzare il gusto della migliore carne di Kebab o delle nostre caratteristiche Falafel - continua -

Keffà è un format di ristorazione "giovane, semplice e divertente" dove "si può apprezzare il gusto della migliore carne di Kebab o delle nostre caratteristiche Falafel"

arricchendoli a proprio piacimento con gli ingredienti che più stuzzicano il palato di ciascuno. Il nuovo negozio (per il "take away", ma anche dotato di tavolini), ha aperto le porte lo scorso mese di novembre nell'a-

la nuova del centro commerciale "Città Fiera" a Torreano di Martignacco. "Nasce dall'idea di declinare il nostro stile riconosciuto in una versione agile, snella, veloce - dice Rida -, particolarmente adatta al pubblico giovane". Da "Keffà" ci sono due dipendenti (una italiana e un arabo). Ma il format è destinato ad essere vincente perché "funziona come un self service", dice Akkad, quindi ognuno può farcire il suo panino personalizzandolo al momento con gli ingredienti, i condimenti e le salse che preferisce, "accompagnandolo magari con ottime e croccanti patate fritte, fatte sul momento".

Il format completa il già ricco "paniere" di ristoranti direttamente gestiti da "Mille e una Notte" in regione: in Via Gemona a Udine, al Città Fiera, in viale XX Settembre a Trieste, in viale Europa Unita a Grado (più i franchising). "Stiamo pensando a una nuova apertura con gestione diretta nel centro di Padova", annuncia Rida. Un "network" imprenditoriale che nel complesso dà lavoro a 35 dipendenti. "Tra questi - fa sapere il pioniere dei ristoranti mediorientali -, ben 8 sono nuove assunzioni, a decorrere dal-

lo scorso mese di dicembre".

Akkad, con suo figlio Omar, sono felici di come stanno andando gli affari e non riescono davvero a smettere di pensare con ottimismo a un futuro "in grande". Un velo di tristezza, però, compare quando si cade sull'argomento Siria. "Laggiù non c'è più una rivoluzione - commenta Rida -, ma è in atto un conflitto internazionale agitato da interessi internazionali, con la presenza di Turchia, Russia, Iran, Usa, Paesi del Golfo Persico, e ora anche dell'Isis".

Non cessa in padre e figlio Akkad "la speranza che un giorno le fazioni possano trovare un accordo e la guerra finisca". Dal 2010 a oggi Omar e Rida non sono più tornati nel loro Paese d'origine, dove ci sono ancora tantissimi parenti e amici. "È già una fortuna che siano ancora tutti vivi", commenta il giovane Omar, ricordando che la Siria conta ormai milioni di profughi in fuga. "Speriamo che presto si fermi la guerra - conclude il ragazzo -, e che questo Paese ricco di storia e di bellezza torni ad essere uno dei principali partner commerciali dell'Italia e dell'Europa, com'era soltanto cinque anni or sono".

Alberto Rochira

La sfida di due amiche da trent'anni che lo scorso autunno hanno deciso di mettersi in proprio

STORIE DI IMPRENDITORI



IMPRENDITRICI

Un angolo di verde

In via Poscolle è possibile acquistare frutta e verdura a chilometro zero all' "Orto in città"

Raffaella Mestroni

Si chiama "L'orto in città" ed è così orto che, durante l'inaugurazione, il pavimento era erboso. Erboso? Sì erboso. Per rendere più concreto il concetto, per far capire che la loro filiera è proprio dal produttore al consumatore, Oriana Dal Ben e Giovanna Molaro, hanno pensato bene di coprire tutto il pavimento con un tappeto d'erba. Un'ambientazione perfetta per ospitare verdure e frutta fresche, prodotti tipici rigorosamente artigianali, pane fragrante e tanta tanta cordialità. Hanno aperto il loro punto vendita da pochi mesi Oriana e Giovanna, ma sono partite subito con il piede giusto e infatti l'attività è decollata. Vuoi per la posizione (in via Poscolle con il parcheggio Magrini a due passi), vuoi perché il ritorno ai piccoli negozi di quartiere è un trend in crescita, vuoi perché la gente apprezza sempre di più tutto ciò che è a "chilometro zero", fatto sta che il lavoro non manca. L'esperienza maturata nell'ambito del commercio, poi, ha avuto sicuramente il suo peso. Amiche da trent'anni, colleghe da quindici (lavoravano insieme in un esercizio commerciale di via Muratti), lo scorso autunno hanno deciso che era venuto il momento di mettersi in proprio. L'occasione che ha fatto scattare la molla - "adesso o mai più" - è stata la disponibilità di un locale in via Poscolle, appunto. Per caso sono venute a conoscenza dell'imminente chiusura dell'attività che ospitava e non ci hanno pensato due volte. Verificata la possibilità del subentro, si sono licenziate - con le maniche già rimboccate - e in meno di due mesi hanno allestito il loro "Orto in città". Ne



avevamo parlato talmente tanto - è la considerazione di Oriana - che quando è venuto il momento sapevamo già come muoverci, sia dal punto di vista amministrativo sia commerciale. A metà del mese di novembre 2016 lo stabile si è liberato e in una ventina di giorni tutto era pronto. Nessuno ci crede quando lo

raccontiamo, ma è così". Ovviamente hanno lavorato giorno e notte, nel vero senso della parola, ma ce l'hanno fatta. Arredato in modo essenziale ma con molto buon gusto, mescolando scaffalature "riciclate" con banchi frigo nuovi, complementi d'arredo un po' retrò e vetrine moderne, Oriana e Giovanna sono riuscite a creare un negozio accogliente, dall'atmosfera quasi casalinga, accentuata dal loro modo di fare molto socievole e un po' complice, quando suggeriscono una ricetta da "last minute". Elemento caratteristico del loro punto vendita la predominanza dei prodotti locali. "Pian piano - spiega Giovanna - ci stiamo costruendo una rete di fornitori di fiducia che ci garantiscono prodotti di qualità e sempre freschi. E poi, ogni mattina, andiamo al mercato e ac-



Oriana Dal Ben e Giovanna Molaro

quistiamo quello che ci manca, sempre privilegiando i produttori del Friuli Venezia Giulia". Non lavorano poco Oriana e Giovanna, visto che per trovare la mer-

ce migliore, al mercato ci si deve arrivare prima delle sei e trenta del mattino. Da lì, di corsa in negozio fino alle 13,00 e poi ancora, dopo un break che spesso viene utilizzato per riordinare o sbrigare incombenze burocratiche, dalle 16 alle 19 e 30, tutti i giorni escluso il lunedì, giornata in cui il negozio è aperto solo mezza giornata. A distanza di pochi mesi dall'apertura la clientela è già fidelizzata, segno che le due lavorano proprio bene. "Una parte di clienti, in verità - precisa sorridendo Oriana - ci ha seguite, se così possiamo dire, nel senso che ci conosceva perché frequentava il negozio dove lavoravamo prima, ma moltissimi ci hanno eletto a punto di riferimento per la spesa quotidiana perché, passando di qui al mattino presto, quando vanno a lavorare, possono effettuare gli acquisti e lasciarceli in deposito per poi passare a riprenderli alla fine della mattinata o alla sera". Ecco servito uno dei tanti esempi di cosa significa offrire un servizio ai clienti. E sempre in tema di servizi, un'opportuni-

tà molto apprezzata da chi si rivolge a loro è la consegna a domicilio. Alla disponibilità, inoltre, nel caso di Oriana e Giovanna si aggiunge la fantasia, la capacità di intuire qual è la necessità successiva a cui rispondere. De-

Prodotti sempre freschi. "Ogni mattina andiamo al mercato e acquistiamo quello che ci manca"

vo fare un regalo ma non ho il tempo di andare in giro a cercare qualche cosa o non ho idee? Ecco qui una bella cassetta di frutta e verdura confezionata in versione complete. Sono invitata a cena e non ho fatto in tempo a ordinare una torta? Una confezione di marmellate fatte in casa declinate in più gusti è già impacchettata per l'occasione. La risposta giusta, insomma, quasi a ogni domanda. "L'unico problema, che problema non è quando con il cliente si è stabilito un rapporto di fiducia - afferma Oriana - riguarda la disponibilità dei prodotti. Noi ci riforniamo da piccoli artigiani che producono quantità limitate e legate alla stagionalità. Quindi: quando la produzione è finita, è proprio finita, bisogna aspettare la stagione successiva". Un concetto che vale sia per i prodotti lavorati sia per quelli freschi. Le persone si sono abituate a trovare qualsiasi tipo di ortaggio o di frutta in qualsiasi momento dell'anno e faticano un po' a riappropriarsi del concetto di stagionalità che invece è alla base della produzione a chilometro zero.

CURIOSITÀ

Prodotti made in Friuli

Marmellate fatte in casa, sottoli e sottaceti pure, miele di produzione locale, succhi di frutta e centrifugati realizzati artigianalmente, latte vaccino della latteria di Brazzacco, olio di Castions di Strada e pane di Adorgnano. E' un panel di prodotti da leccarsi i baffi quello proposto da "L'orto in città", frutto di una ricerca e una selezione accurata. Chi acquista chi produce e soprattutto come produce. Confetture e marmellate, per esempio, sono "made" in Lu-severa e le prepara, con le stesse modalità della nonna Arianna

Battoia, che coltiva e raccoglie anche i frutti. I formaggi, invece, arrivano da Taipana dove Alessia Berra alleva capre da latte e gestisce un piccolo caseificio. Sottoli, sottaceti e ancora marmellate con l'etichetta "Case del Campo" sono preparati a Tavaganco, mentre l'oliveto di Castions di Strada può contare anche su un frantoio che consente di completare tutto il ciclo della lavorazione. Il pane, infine, ma anche i grissini e gli altri prodotti da forno sono targati panificio Marco Piemonte, titolare del panificio Alpe Adria, che ogni mattina lo consegna



fragrante, pronto per la consegna. L'unico prodotto per il quale Oriana Dal Ben e Giovanna Molaro sono ancora alla ricerca di un fornitore sono i dolci.

CONFINDUSTRIA

A confronto sull'igiene degli alimenti

Quattro gruppi di lavoro (aggiornamento normativo; carne; tecniche di conservazione; etichettatura ed allergeni), per un totale di 28 riunioni e 84 ore di impegno e con il coinvolgimento di 20 esperti, 12 provenienti dalle aziende sanitarie e 8 dalle aziende alimentari e bevande provinciali, cui vanno aggiunti anche 3 tirocinanti dell'Università di Udine ed il Comitato di Indirizzo. E' questo, in cifre, il bilancio del secondo anno di attività congiunta di imprese, autorità regionale di controllo (Acr) e aziende sanitarie (Aas) per dare corpo all'accordo di collaborazione a suo tempo stipulato con l'Acr/Aas per la redazione delle linee guida su taluni aspetti di igiene degli alimenti e di applicazione dei principi del sistema Haccp. La presentazione di questo sforzo collettivo è avvenuta, a palazzo Torriani in un incontro, coordinato da Maurizio Sacilotto, capogruppo Alimentari e Bevande di Confindustria Udine, cui sono intervenuti, tra gli altri, il vice-presidente della

Bolzonello, Alessandra Sangoi, vicepresidente di Confindustria Udine e presidente del Comitato regionale piccola industria, e Manlio Palei, direttore del Servizio Sanità Pubblica Veterinaria della Direzione Centrale della Salute. Era presente, al gran completo, anche il Comitato di indirizzo che ha svolto un'importante



supervisione dell'attività e degli elaborati finali dei gruppi e che era composto, oltre che da Sacilotto, pure da Cristian Vida, precedente capogruppo e ideatore fin dall'inizio di questo valido progetto, Aldo Savoia, direttore della Struttura igiene degli alimenti e della nutrizione dell'AAS 4, e Ivonne Caliz, responsabile della Struttura igiene degli alimenti di origine animale dell'AAS 3.

EDITORIA

Il lavoro come pratica del fare

Gran bel libro quello che il Comune di Pavia di Udine ha voluto dare alle stampe per salvaguardare il suo patrimonio di tradizioni. Un libro che documenta con i testi che ci ha lasciato il passato. Così il passato è salvo, almeno sulla carta. Già, perché chi si dedica a raccogliere queste testimonianze lo fa con grande passione, trasporto e impegno coinvolgendo quanti di queste memorie ne sono i custodi. La pubblicazione comincia con una presentazione dell'ex sindaco di Pavia di Udine, Mauro Di Bert, che sottolinea l'importanza del volume di 300 pagine, con tante fotografie, quasi tutte inedite: "E' un documento che intende raccogliere lo spaccato della nostra gente, i sacrifici e le sofferenze di un tempo, lavori e mestieri che spesso non esistono più, ma che hanno contribuito alla crescita sociale, culturale ed economica del territorio". Le interviste e le testimonianze orali raccolte sul campo, compresa la loro documentazione fotografica, sono a cura di Giovanni Carlo Fiappo, i testi, le ri-

cerche d'archivio e il coordinamento editoriale sono invece di Angela Borzacconi e Gabriele Caiazza. E' questo trio che dà il taglio alla pubblicazione dedicata a storie di vita e di lavoro. "E' un viaggio nella memoria - annotano - . Si parla soprattutto di lavoro, mestieri antichi, sopravvissuti, scomparsi, ricordati solo da fonti orali, oppure mestieri che si sono avvicendati nelle generazioni". Tra le pagine del denso volume ci sono storie di famiglie, di bambini che sono diventati adulti, di giovani sposi diventati nonni. Tra le righe gioie, dolori e sorprese della quotidianità. Un libro che le giovani generazioni dovrebbero consultare per conoscere il passato e, in fondo, anche per sapere da dove vengono. I tre autori non hanno tralasciato nulla perché sono riusciti a mettere insieme, come tante tessere di un mosaico, una campionatura di informazioni e immagini "che descrivono l'antichità di certi saperi artigianali, l'amore del fare, l'avvio delle imprese e la nascita di nuovi contesti artigianali e industriali, ma anche il tramonto del lavoro agricolo

e del vecchio sistema feudale delle società rurali guidati da conti e gastaldi e la fatica di sostenere il cambiamento dei tempi". Questo è il fil rouge che lega la ricerca che propone al lettore un ventaglio completo di argomenti per descrivere una realtà nei suoi vari connotati. Ed ecco che, per capitoli, si snodano i temi affrontati: dalle arti del fuoco (fornaci, lavoro dei metalli) all'acqua come forza motrice per arrivare al lavoro dei campi e a quello che si mangiava un tempo. Il lavoro, comunque, rimane il tema predominante, dal falegname al muratore, dal contadino all'operaio, dal fabbro alle operaie che, anche giovanissime dai 12 ai 15 anni, contribuivano a mandare avanti il lavoro della filanda. Nel volume c'è una fotografia, a pagina 212 - 13, che ritrae un folto gruppo di queste lavoranti. E le immagini sono veramente eloquenti perché forniscono visivamente ulteriori informazioni. Il lavoro era sempre presente anche nei nome e nei luoghi. Nelle conclusioni del libro si fa un'analisi dei cognomi e dei toponimi con le loro derivazioni etimologiche. Certi

cognomi e toponimi derivano dai mestieri esercitati un tempo dalle famiglie o che, come Fornasate, Marangona, Pestadorie e Sarasina indicavano i luoghi dove si



praticavano certi mestieri. Libri così salvano tutto quel bagaglio di esperienza dove l'uomo è stato protagonista pur se i mezzi e i macchinari erano molto diversi da adesso. La storia si evolve e l'uomo la rincorre.

Silvano Bertossi

Il Friuli Venezia Giulia è stato impoverito di 1,5 miliardi di euro

CREDITO



L'INTERVISTA/1

Risparmi bruciati

Il caso di Pop Vicenza e Banca Veneto. Gli effetti sulle aziende. La speranza del protocollo di conciliazione

Antonella Lanfrit

“Gli effetti di quanto accaduto si sentiranno compiutamente tra un po’. Si pensi che oltre alle perdite subite, si hanno in mano azioni illiquide. Non si può neppure recuperare quel poco di risparmio che è rimasto”. La presidente di Federconsumatori, l’avvocato Barbara Puschiasis, ragiona così pensando alle tante storie che ogni giorno raccoglie di soci/investitori di Banca popolare di Vicenza e Veneto Banca.

Il Friuli Venezia Giulia è stato impoverito di 1,5 miliardi - a tanto ammonta complessivamente la perdita tra il valore delle azioni dei due istituti dichiarato un anno fa e quello attuale - e a farne le spese sono le famiglie, le imprese socie coinvolte, ma di riflesso l'intero tessuto regionale. Per dare solo un'idea del ciclone che si abbattuto da queste parti, “si pensi che il caso Coopca, pur drammatico anch'esso, ha coinvolto 3mila soci, quello delle due banche venete 16mila - riepiloga Puschiasis -; nel primo caso sono andati in fumo 8 milioni di capitale sociale e 13,5 milioni di risparmio al netto del dono che farà Alleanza 3.0, nel secondo la perdita è stata valutata in 1,5 miliardi”.

Quei 16mila che hanno visto volatilizzarsi i risparmi, non solo hanno ridotto o azzerato la loro capacità di investimento, ma hanno anche immediatamente incominciato a ridurre i consumi. Puschiasis ha storie a volontà. “Ci sono anziani che avevano la sicurezza di potersi permettere la casa di riposo quando fosse stata l'ora e ora non hanno più questa prospettiva - racconta -; una famiglia aveva 100mila euro in Bpv messi da parte per far studiare il figlio in una scuola professionalizzante molto onerosa e si sono trovati al bivio: o negargli la frequenza o contrarre un fido. Hanno scelto la seconda strada, riducendo ulte-



Una recente riunione con i consumatori

riormente la capacità di spesa della loro pensione”. Ma anche sulle imprese ci sono ripercussioni. “Un imprenditore ha acquistato 730mila euro di azioni Bvp a 62,50 euro. Oggi valgono 10 centesimi l'una - ricorda -. Nel frattempo ha aperto un'immobiliare e, anziché smobilizzare l'investimento, ha acceso un fido con lo stesso istituto. Ora gli si chiede il rientro”. Si tratta di situazioni pesantissime, perché “queste aziende se non riescono ad ottemperare, sono segnalate alla centrale rischi che pregiudica la possibilità di ottenere credito in altre banche e sono costrette a fallire”.

C'è, tuttavia, una nota positiva. Federconsumatori, infatti, in questi giorni è stata contattata sia da rappresentanti di Bpv che di Veneto Banca “con la possibilità di chiudere un protocollo di conciliazione per giungere a un ristoro. La scorsa settimana sono stata contattata da Bpv con l'obiettivo di un incontro prima della loro assemblea del 7 luglio - aggiunge la presidente Puschiasis



Barbara Puschiasis

- e ai primi di giugno anche l'altro istituto ha dato disponibilità al protocollo”.

Gli azionisti, però, devono inviare una lettera di reclamo alle banche per poter beneficiare dell'eventuale ristoro. “Sin qui dei 118mila azionisti di Bpv solo 5mila hanno inviato la lettera e per Veneto Banca su 88mila lo hanno fatto solo in 2.500”, conclude Puschiasis.

L'INTERVISTA/2

Graffi Brunoro (Abi): “Le banche regionali sono solide”

Che sulla vicenda di Banca Popolare di Vicenza e Veneto Banca “sia mancata la trasparenza è chiaro”, afferma il presidente dell'Abi Fvg Giuseppe Graffi Brunoro, “anche se non sta a me dire di chi sia la responsabilità di questa mancata trasparenza”. Ciò che però occorre “mettere in risalto è che la perdita di ricchezza che è stata generata è pari a 1,5 miliardi. Un patrimonio che era detenuto da cittadini e da imprese e il cui venir meno lo sentiremo nei prossimi anni”.

Con alcuni effetti che saranno visibili tra le imprese già a partire dal bilancio 2016, poiché “le aziende che avevano partecipazioni in questi istituti dovranno di fatto azzerare la voce nei propri bilanci” e questo processo “inciderà sui meriti creditizi”. Per le severe regole dei numeri, infatti, “una perdita è una perdita, indipendentemente dalle cause che l'hanno generata”. Insomma, il rischio evidente è che le aziende azioniste debbano fare i conti con la loro bancabilità dopo la bufera che ha coinvolto i due istituti di credito. “Che le perdite si vedano nei bilanci 2016 è certo, quanto alla bancabilità - considera Graffi Brunoro -, confido nell'intelligenza degli operatori bancari, affinché sappiano andare al di là della mera indicazione numerica per valutare la condizione imprenditoriale nel suo complesso”. Non meno impattante le

ripercussioni sulle famiglie, la cui disavventura “si leggerà nell'andamento dei consumi”. Anzi, al pre-



Giuseppe Graffi Brunoro

sidente dell'Abi arrivano già le confidenze di chi ha cambiato subito abitudini di spesa. “Chi ha perso certezze per il proprio fu-

Sul caso Pop Vicenza “c'è stata poca trasparenza”. Il consiglio ai consumatori è di “frazionare i risparmi”

turo, se può torna subito a risparmiare - certifica -. Anche sulla spesa per il parrucchiere. Mi è capitato di una signora di una certa

età che, pur avendo subito una perdita contenuta, mi ha confidato che ha già provveduto a tagliare la messa in piega. Credo sia solo un'avvisaglia”.

La vicenda ha avuto riverberi anche sul resto del sistema bancario, evidenzia il presidente, perché “ha indotto a pensare che tutte le banche sono uguali. Un effetto collaterale spiacevole, perché gli istituti sani sono la maggioranza”, sottolinea Graffi Brunoro, che sotto questo punto di vista promuove il sistema operante in Friuli Venezia Giulia. “Se guardo alle banche che lavorano sul territorio regionale - conferma -, posso dire che hanno degli indicatori patrimoniali di assoluta solidità”.

Perciò il presidente Abi non esita a sostenere che “i cittadini possono stare tranquilli”, anche se, aggiunge con forza, “nessuno può vivere nell'inconsapevolezza”. Detto altrimenti, “se per comprare un'auto consulto molti siti web, leggo la stampa specializzata e poi visito almeno un paio di concessionarie prima di decidermi - dice -, resta da capire perché se ho qualche migliaio di euro da investire mi rivolgo a un solo operatore”. Da presidente dell'Abi, insomma, esorta a cambiare registro, “a monitorare i bilanci delle banche, a frazionare i risparmi e ad avere piena consapevolezza che tanto più un investimento è redditizio tanto più è rischioso”. (a.l.)

IN PILLOLE



Con oltre 10 milioni di euro di importi deliberati Confidi Friuli è stato sin qui tra i maggiori utilizzatori in regione del Por Fesr “Competitività regionale e Occupazione” 2007-2013. Tra i punti salienti dell'attività 2015 anche la convenzione con Cciaa e Confidimprese Fvg con 2 milioni camerati a disposizione.



Confidimprese dal 5 aprile scorso è stato iscritto dalla Banca d'Italia tra i Confidi Maggiori, unico Confidi del Friuli Venezia Giulia. I Confidi cosiddetti Maggiori sono equiparati ad altri intermediari finanziari ed a loro è riservata una maggiore operatività, quale erogare finanziamenti, fidejussioni dirette e gestire fondi pubblici di agevolazione.

I CONFIDI DELLA REGIONE Due bilanci in positivo

I motori dello sviluppo economico

Due bilanci in positivo per i principali Confidi della regione. Confidimprese Fvg accompagna la soddisfazione per la promozione a Confidi Maggiore - e il conseguente via libera a svolgere tutte le attività di finanziamento nei confronti del pubblico previste dall'articolo 106 del Testo Unico Bancario, erogare fidejussioni dirette e gestire fondi pubblici di agevolazione - ai risultati nella chiusura del bilancio di esercizio 2015.

Il documento contabile approvato all'unanimità dal consiglio d'amministrazione evidenzia l'incremento della base sociale che passa da 11.036 a 12.795 soci. L'utile di bilancio è pari a 108.726 euro e continua anche la crescita dei volumi delle garanzie erogate che raggiunge i 154 milioni di euro, le quali permettono di garantire un mon-

te affidamenti pari a oltre 333 milioni di euro, accompagnate da un fondo rischi e un patrimonio di vigilanza eccellenti che segnano un indice di solvibilità Tier 1 pari a 20. «Anche grazie all'aggregazione di Confidi Artigiani e Pmi Trieste il nostro albero si è irrobustito con nuova linfa che darà vita ad altri rami produttivi - commenta il presidente Roberto Vicentini -. Guardiamo quindi con rinnovata fiducia al futuro che vedrà sempre di più Confidimprese Fvg fulcro del motore delle garanzie regionali e chiave per lo sviluppo economico del Friuli Venezia Giulia». Quanto alla promozione tra i Confidi 106, «si tratta del coronamento di un percorso a tappe avviato da anni dalla nostra cooperativa di garanzia».

Grande soddisfazione anche in casa Confidi Friuli, il primo Confidi italiano a

unire, nel 2009, due diversi settori, industria e commercio. L'assemblea ha approvato all'unanimità un bilancio 2015 caratterizzato da importi deliberati a quota 92 milioni e in crescita del 14% rispetto all'anno precedente, 40,2 milioni (+4%) di garanzie rilasciate, 80,3 milioni di garanzie in essere, 874 pratiche e 165 nuove ade-

I due consorzi vantano complessivamente quasi ventimila soci

sioni (al 31 dicembre i soci sono 5.331). E un utile di quasi 54mila euro. «In un contesto di congiuntura non positiva - commenta il consiglio di amministrazione presieduto da Michele Bortolussi - l'utile è stato

reso possibile grazie a una oculata gestione e ai contributi ricevuti dalla Regione e dalla Cciaa». In particolare, «l'incremento degli importi deliberati risulta molto significativo, considerato il non facile contesto economico in cui il sistema bancario concede difficilmente credito».

Nella fotografia dell'esercizio 2015 emerge anche il valore dell'indice di solvibilità che si attesta ben al di sopra del limite del 6% previsto dalle disposizioni di vigilanza, con un patrimonio di 23,6 milioni più che capiente per coprire i rischi e che lascia altresì ampi margini per uno sviluppo dell'operatività. Il trend delle partite deteriorate, con una copertura a fondo rischi del 56%, è poi diminuito dell'11,6%, mentre il Tier 1 e il Totale Capital Ratio si sono mantenuti su valori più che apprezzabili (28,7%).

All'interno di questa piccola fucina, i clienti potranno trovare gioielli in oro e argento, ma anche ordinarli su misura fornendo la materia prima

CAMERA DI COMMERCIO



NUOVI IMPRENDITORI

Investire su se stessi

Sempre più giovani si mettono in gioco. Il caso di Elda Pestrin che aprirà un laboratorio artistico

Luciano Patat

Ha deciso di mettersi in gioco, avviando la propria attività imprenditoriale dopo una lunga esperienza da dipendente. A Elda Pestrin, classe 1981, l'ispirazione creativa non manca e per darle modo di esprimersi sta per avviare "Memore", il suo laboratorio artistico a San Giorgio di Nogaro. All'interno di questa piccola fucina, i clienti potranno trovare gioielli in oro e argento, ma anche ordinarli su misura fornendo la materia prima.



Elda Pestrin ha 35 anni e avvierà un laboratorio a San Giorgio di Nogaro

Elda, dopo gli studi all'Istituto Sello di Udine e 15 anni in un laboratorio di oreficeria a Codroipo, ha preso la decisione di investire su se stessa, aprendo un'attività anche grazie dalla Camera di Commercio di Udine, tramite il Fondo Perequativo. «Sono stata indirizzata al Punto Nuova Impresa dell'ente camerale, partecipando inizialmente a un seminario relativo alla predisposizione del business plan - racconta -. Ci hanno fornito, durante i due appuntamenti a settimana, tante utili nozioni a livello manageriale e contabile».

le banche e alle modalità su come ottenere i finanziamenti, per esempio. L'intero iter è durato da ottobre 2015 a febbraio di quest'anno e la sua utilità è davvero tangibile». Le iniziative della Camera di Commercio, quindi, sono state una molla per farle decidere di avviare un'impresa?

«È così. Mi hanno fornito la base necessaria per affrontare questa nuova avventura, nella quale mi sono tuffata con tanta gioia. Nello scorso mese di marzo ho aperto partita Iva e a fine estate, una volta sistemati tutti gli adempimenti burocratici, il mio laboratorio "Memore" sarà operativo a tutti gli effetti. Mettersi in proprio è una scelta coraggiosa? Forse sì, ma mi sono detta "o ci provo ora, o mai più". Sono felice della decisione, entusiasmo e voglia di fare non mancano».

Come è stato interfacciarsi con l'ente camerale?

«Ho trovato grande disponibilità e gentilezza, oltre a risposte sempre puntuali. Mi sono sempre stati forniti i chiarimenti necessari».

Quale sarà il suo core business?

«Oltre a realizzare gioielli in oro e argento secondo il mio gusto artistico, lavorerò su commissione realiz-

“In seguito siamo stati affiancati da professionisti che ci hanno indirizzato riguardo ai rapporti con le banche e alle modalità su come ottenere i finanziamenti”

zando oggetti in base alle richieste dei clienti. Inoltre, a me piace molto dipingere con i pastelli: nel laboratorio proporrò alcune delle mie opere. Infine, chi desidera prodotti più particolari potrà acquistare gioielli realizzati con la tecnica degli smalti a fuoco».

A quale mercato farà riferimento? E come intende promuoversi?

«Inizialmente guarderò con attenzione soprattutto a quello locale, ma è chiaro che un domani vorrei valicare i confini del Friuli Venezia Giulia. Riguardo a farmi conoscere, direi che un canale fondamentale è quello dei social: aprire una pagina Facebook dedicata a "Memore" sarà una delle prime cose che farò quando l'attività sarà ufficialmente aperta».

AL MALIGNANI

"VIVA-Io", lo stage all'interno di Autostar

Intercettare talenti e "incubarli", a partire già dal terzo anno delle superiori, forgiando figure ad hoc confacenti alle esigenze specifiche delle aziende. È l'obiettivo di "VIVA-Io", innovativo progetto a sviluppo triennale di Alternanza Scuola/Lavoro rivolto agli allievi del Malignani di Udine e promosso dal Gruppo Autostar; un percorso formativo che consente a una dozzina di studenti - 7 dell'ITI indirizzo meccanica-meccatronica e 5 del Liceo delle Scienze Applicate, con il coordinamento di altrettanti docenti di diverse discipline con la supervisione della prof. Cecilia Rizzotti - di introdursi nel mondo del lavoro grazie a uno stage di 10 giorni all'interno del Gruppo Autostar. Un orientamento al lavoro che tiene conto delle inclinazioni e degli interessi dei singoli allievi, incrociate con i requisiti che l'azienda ricerca per il proprio organico. Terminato lo stage a giugno (anche una studentessa ha lavorato in officina), i ragazzi replicheranno l'esperienza con la possibilità di un inserimento in azienda al termine del triennio.

«Il nome assegnato al progetto va letto come "vivaio" ma anche come "Viva+io", nel senso di esaltazione delle potenzialità - spiega Giovanni Cadamuro del Gruppo Autostar -. Abbiamo una particolare attenzione verso i giovani, cui sono dedicati gran parte dei progetti innovativi ideati e promossi dalla nostra

azienda, come i consolidati progetti Star Academy e Sales Academy, la prima business school nel settore automotive, nata dalla collaborazione con l'Università degli Studi di Udine e il Consorzio Friuli Formazione, che punta a offrire nuove opportunità di specializzazione e di impiego ai neolaureati dell'Ate-



ne friulano". Sales Academy è invece una vera e propria scuola che trova e forma talenti della vendita; ad oggi oltre 100 le candidature giunte, con 30 ragazzi coinvolti e 8 profili inseriti. A presentare il progetto VIVA-io anche Arrigo Bonutto, presidente del Gruppo Autostar; e Andrea Carletti, dirigente scolastico del Malignani di Udine. «La caratterizzazione del nostro istituto è la speculazione scientifica fusa con l'aspetto pratico; studiare qui significa seminare per il futuro. È necessario trovare la corrispondenza tra scuola e industria, perché i ragazzi devono avere un chiaro segno di quale sarà la loro attività professionale».

Rosalba Tello

SELFEMPLOYMENT

Contributi e formazione per i Neet

Un contributo importantissimo per avviare un'impresa da parte dei cosiddetti "Neet", i giovani fino a 29 anni che non studiano, non lavorano e non sono impegnati in percorsi di istruzione. Si chiama SELFEMPLOYMENT l'attività di "Crescere imprenditori" che garantisce supporto economico al termine di un corso con 60 ore in aula e 20 ore di consulenza individuale sul Business Plan. L'azione formativa e di accompagnamento è realizzata dalla Camera di Commercio, con la sua Azienda speciale I.Ter-Formazione e l'iniziativa è promossa dal Ministero del Lavoro, autorità di gestione del Programma Garanzia Giovani. SELFEMPLOYMENT è il Fondo gestito da Invitalia, con supervisione del Ministero, che finanzia piani di investimento tra i 5 mila e 50 mila euro, suddivisi nelle tre fasce del microcredito (fino a 25 mila euro), microcredito esteso (da 25.001 a 35 mila) e piccoli prestiti (da 35.001 a 50 mila).

Sono finanziamenti agevolati senza interessi e non assistiti da nessuna garanzia reale o di firma, rimborsabili in massimo 7 anni, con rate mensili posticipate, che partono dopo sei mesi dalla concessione del prestito. Chi ottiene le agevolazioni s'impegna a realizzare gli investimenti entro 18 mesi dal perfezionamento del provvedimento di ammissione. Per info: daniela.morgante@ud.camcom.it, www.ricercaformazione.it.

Fondamentale il supporto della Cciao, tramite il Fondo Perequativo "Con la formazione abbiamo imparato a costruire un business plan"

E poi, il percorso formativo come è continuato?

«Dopo una prima fase teorica, siamo passati a quella pratica. Ci è stato illustrato come costruire un business plan e in seguito siamo stati affiancati da professionisti che ci hanno indirizzato riguardo ai rapporti con

Investire in professionalità



06/07

CORSI APPRENDISTATO*

SICUREZZA E PREVENZIONE INFORTUNI

Date previste: 6, 13, 20, 27 luglio e 3 agosto 2016

Orario: 08.30 - 12.30 e 13.30 - 17.30

Durata: 60 ore

Sede: Cciao Udine

Informazioni: vania.crispino@ud.camcom.it

*Formazione obbligatoria a carattere trasversale per i giovani neoassunti



Corsi



13/07

COME ORGANIZZARE UNA FIERA ALL'ESTERO

Per le imprese che stanno intraprendendo la via dell'internazionalizzazione, un notevole vantaggio competitivo può essere costituito dal partecipare ad un evento fieristico: questo è infatti il momento in cui si può far conoscere il proprio brand a nuovi potenziali clienti.

Il seminario ha lo scopo di fornire un quadro semplice e schematico delle varie fasi di progettazione ed attuazione di una fiera all'estero.

Date previste: 13 luglio 2016

Orario: 09.00 - 13.00

Docente: Omar Londero

Durata: 4 ore

Costo: € 65,00 (no Iva)

Sede: BCC, Federazione delle Banche di Credito Cooperativo Fvg - via Verzegnis, 15 - Area Direzionale Parco Nord - Torre Est

Informazioni: vania.crispino@ud.camcom.it



Corsi



IMPRESA INNOVATIVA. TECNICHE ORGANIZZATIVE PER L'ACCELERAZIONE DELL'INNOVAZIONE E DEL CAMBIAMENTO

Il corso ha come obiettivo la formazione di figure professionali in grado di comprendere come le nuove tecnologie esponenziali sono in grado di accelerare i processi di innovazione industriale in uno specifico ambito di business, applicando il modello organizzativo più adatto a supportare i processi di innovazione.

Date previste: avvio settembre 2016

Orario: da definire

Docente: Davide Bearzi

Durata: 60 ore

Certificato: attestato di frequenza

Sede: Cciao Udine

Informazioni: daniela.morgante@ud.camcom.it



Corsi



CONTRIBUTI PER L'AVVIO D'IMPRESA DEL FONDO SELFEMPLOYMENT

Stiamo raccogliendo le adesioni per far partire il primo corso (60 ore di aula e 20 ore di consulenza individuale sul Business Plan). È tappa obbligatoria per poter accedere ai contributi del Fondo SELFEMPLOYMENT. Il programma si rivolge ai giovani che non studiano, non lavorano e non sono attualmente impegnati in percorsi di istruzione e formazione (NEET).

Informazioni: daniela.morgante@ud.camcom.it



Corsi



Formazione

Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine

Via Morpurgo 4 - 33100 Udine

Tel. 0432 273 245

www.ricercaformazione.it

ricercaformazione@ud.camcom.it

Seguiteci su facebook
@cciaaudformazione

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

Programmi e adesioni online:

www.ricercaformazione.it

Pochi giorni dopo la missione a Mosca di otto imprese friulane

CAMERA DI COMMERCIO



L'INCONTRO

La Silicon Valley russa

Fryazino, a una cinquantina di chilometri da Mosca, offre opportunità per le imprese

Opportunità per le imprese delle nuove tecnologie, dell'innovazione e della ricerca. Ma anche di altri settori, dall'agroalimentare al settore casa ai servizi, che dimostrino di avere una componente innovativa. Le offre, permettendo di non incorrere nelle limitazioni imposte dal "doppio" embargo, Fryazino, a una cinquantina di chilometri da Mosca. Considerata la Silicon Valley russa, il Governo

Non c'è il problema del doppio embargo: tax free per le realtà produttive innovative che vi si insediano

l'ha decretata Città della Scienza e punta a svilupparla come nuova locomotiva economica per l'intera Federazione. Vi ha già avviato un'area economica speciale e tax free per le realtà produttive innovative che vi si insediano, scegliendo di operare insieme. Con l'occasione del gemellaggio con Resia, celebrato a inizio giugno, una delegazione di autorità di Fryazino è arrivata in Camera di Commercio a Udine, per un incontro con le aziende friulane organizzato assieme al Consolato della Federazione russa guidato da Carlo Dall'Ava, che trova sede proprio nell'ente camerale. L'incoming è avvenuto pochi giorni dopo il rientro da Mosca di 8 imprese friulane di tanti settori (Asteq, Castellargo, Dofren, Exa Italy, Hasta La Pizza, Invest, Pevero Trasporti e Vecchiato Officine), accompagnate dalle Cciao di Udine e Gorizia, che in due giorni intensi



Un'immagine dell'incontro organizzato in Camera di Commercio

hanno realizzato una cinquantina di soddisfacenti incontri d'affari. «Il consolato onorario - ha evidenziato Dall'Ava - è in rapporto costante con il consolato di Milano e con l'ambasciata di Roma, che contano molto sulla nostra regione per sviluppare i migliori rapporti di amicizia ed economici tra le nostre comunità. Mi auguro sia l'inizio di un percorso che ci aiuterà a crescere, ad aumentare anche la presenza di turisti e imprenditori russi sul nostro territorio». Questo, nonostante le indubbie difficoltà causate dagli embarghi, che il console ha auspicato si possano risolvere presto per non penalizzare ulteriormente l'economia. Sanzioni i cui effetti possono essere però mitigati con la nuova strategia "Made with Italy", presentata dai rappresentanti di Fryazino. «Nella nostra zona economica libera ha evidenziato - il sindaco Igor Sergeev -, possiamo lavorare in-

sieme, con un feedback positivo per entrambe le parti».

A spiegare le modalità e i settori di specializzazione dell'Area è stato il presidente della Camera di Commercio locale Konstantin Rusakov e a fare gli onori di casa è stata la componente di giunta Lucia Piu, che

In due giorni intensi sono stati realizzati una cinquantina di soddisfacenti incontri d'affari

ha evidenziato l'importanza di considerare anche aree magari meno conosciute delle più abituali Mosca e San Pietroburgo, perché racchiudono opportunità per le imprese non reperibili altrove.

MISSIONE

A settembre in Messico e Texas

Dal 19 al 24 settembre, la Camera di Commercio di Udine porta nuovamente le imprese in missione oltreoceano. Questa volta, si va in Messico e Texas. Il Texas è il secondo Stato per dimensioni e per popolazione. 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. È un grande acquirente di tecnologie "made in Italy", ma anche dell'arredamento e dell'agroalimentare. La missione prevede incontri B2b nelle aree commerciali di maggior interesse per le imprese partecipanti, che terranno conto anche di pregresse esperienze dell'impresa, del riscontro ricevuto durante i recenti check-up, del risultato della prefattibilità e delle caratteristiche della logistica locale. L'azienda può aderire a entrambe le tappe o a una solamente. Per informazioni sui costi e le modalità di adesione: www.ud.camcom.it. Info: progetti.info@ud.camcom.it.

INDOMETAL (25-27 OTTOBRE)

Formazione per fare affari Nel Sudest asiatico e Oceania

Dal 24 al 28 ottobre le Camere di Commercio di Udine e Gorizia promuovono una missione economica in terre lontane: nel Sud-est asiatico e in Oceania. La missione si allaccerà alla partecipazione di un gruppo di imprese regionali alla Fiera Indometal 2016, calendarizzata dal 25 al 27 ottobre a Giacarta (www.indometal.com). La complementare missione toccherà pertanto Indonesia o Singapore, e l'Australia. Ciascuna impresa parteciperà al massimo a due tappe a scelta tra i mercati proposti.

Come attività preparatoria, le Cciao hanno organizzato, a metà giugno, un servizio gratuito di check-up di primo livello, al quale hanno preso parte 14 imprenditori regionali, dei settori energie alternative, arredo e sistema casa, meccanica e agroalimentare. Gli imprenditori hanno potuto confrontarsi "one-to-one" con esperti-Paese, per capire se e come la propria



azienda sia pronta ad affrontare questi mercati. E anche in previsione un corso di formazione (rendicontabile nella domanda di voucher, che la Cciao sostiene per permettere alle imprese di abbattere i costi di partecipazione), in cui definire il corretto approccio con le controparti locali e in cui saranno trattati argomenti pratici legati al "fare affari" nei mercati specifici. In vista del viaggio, sarà poi svolta sul campo la ricerca delle controparti, che si baserà sulle evidenze emerse in sede di check-up, sul profilo aziendale e sul materiale inviato a corredo. Al termine della ricerca, all'impresa sarà fornito un documento-parere di prefattibilità, che evidenzierà la risultanza (positiva o negativa) e orienterà così al meglio l'impresa ad affrontare o no la missione. In caso di esito positivo, sarà fissata l'agenda di incontri B2b, organizzati generalmente nelle sedi delle controparti locali.

Per partecipare a percorso formativo e missione, gli interessati dovranno restituire entro oggi, 24 giugno, la scheda di adesione e il profilo aziendale disponibili nella sezione Internazionalizzazione di www.ud.camcom.it. Nella compilazione, dalla Cciao consigliamo di porre particolare attenzione nella definizione dei punti di forza dei prodotti o servizi da introdurre nei mercati.

Per info: 0432.273534 e progetti.info@ud.camcom.it



Camera di Commercio Udine



Internazionalizzazione

Azienda Speciale I.TER

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

Per il calendario aggiornato e completo delle attività del secondo semestre e per le modalità di iscrizione, visitare il sito 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 www.ud.camcom.it



Missioni Imprenditoriali

Missione imprenditoriale - Focus Canada | Toronto, Vancouver, Winnipeg (CANADA)

31 ottobre - 4 novembre | Multisettoriale

Missione imprenditoriale - Focus Florida | Miami (STATI UNITI D'AMERICA)

novembre | Multisettoriale

Missione imprenditoriale - Focus Golfo | Mascate, Dubai, Teheran (OMAN, EAU, IRAN)

19 - 24 novembre | Multisettoriale

Missione imprenditoriale - Focus Sudamerica | Santiago, Bogotà (CILE, COLOMBIA)

28 novembre - 2 dicembre | Multisettoriale



Fiere

BIO EUROPE | Colonia (GERMANIA)

7 - 9 novembre | Meccanica Elettronica (Biotech)

Partecipazione alla fiera MIDEST | Parigi (FRANCIA)

6 - 9 dicembre | Meccanica Elettronica (Biotech)



Accoglienza operatori esteri e Checkup

Mirabilia - Accoglienza di operatori dall'estero e b2b | Udine

24 - 25 ottobre | Altro (Turismo)

Focus Area Caspica - Accoglienza di operatori dall'estero | Udine

7 - 9 novembre | Food&Wine

Requisiti, termini di apertura e chiusura, e modulistica sono pubblicati sul sito di Unioncamere Fvg, www.fvg.camcom.it

CAMERA DI COMMERCIO



CONTRIBUTI

Bandi per le imprese

Da Rilancimpresa a Por-Fesr, ecco tutte le opportunità dalla Regione per chi vuole investire

Tra giugno e luglio si sono aperti - e sono di prossima apertura - tanti bandi a favore delle imprese, i cui requisiti, termini di apertura e chiusura, e modulistica sono pubblicati sul sito di Unioncamere Fvg, www.fvg.camcom.it.

Si parte dal "pacchetto" previsto da Rilancimpresa della Regione Fvg, che sta avviando quattro linee contributive. Alle 9.15 del 20 giugno si è aperto il bando per le capacità manageriali delle micro imprese e delle pmi del Friuli Venezia Giulia, con cui potranno finanziare l'acquisizione di servizi di temporary management o l'assunzione, per il primo periodo di attività, nel limite massimo di 24 mesi, di personale manageriale altamente qualificato (con contratto di lavoro subordinato con qualifica di dirigente o quadro intermedio). Le spese ammissibili indicate dal bando devono essere sostenute dal giorno successivo a quello di presentazione della domanda. L'intensità massima del contributo è del 50% della spesa ammissibile; il limite minimo di spesa è di 5 mila euro e il massimo del contributo concedibile è di 50 mila euro per l'acquisizione di servizi di temporary management e invece di 70 mila nel caso di assunzione di personale manageriale. Le domande vanno presentate esclusivamente tramite posta elettronica certificata (Pec) dell'impresa richiedente, fino alle ore 16.30 del 09 settembre 2016.

L'11 luglio alle 9.15 si apriranno i termini per il bando di contributi per il supporto delle imprese in difficoltà del



I contributi possono coprire anche l'acquisizione di servizi di temporary management o l'assunzione, per il primo periodo di attività, nel limite massimo di 24 mesi, di personale manageriale altamente qualificato

settore manifatturiero e del terziario, nel processo di recupero dei livelli di competitività. Sono ammissibili a contributo l'acquisizione di consulenze finalizzate all'elaborazione di piani di ristrutturazione e rilancio aziendale che siano diretti a sostenere, anche attraverso aggregazioni tramite fusioni e contratti

di rete, una maggiore capacità competitiva dell'impresa. Anche qui, il contributo concedibile è del 50% della spesa, per una spesa minima di 5 mila e un contributo massimo fino a 50 mila euro. Il bando è aperto fino alle ore 16.30 del 30 settembre.

I successivi bandi in partenza sono uno per l'autoimprenditorialità cooperativa e l'altro per coworking e fablab. I termini si apriranno rispettivamente il 20 e il 27 luglio (sul sito tutti i dettagli a partire da un mese prima) e si chiuderanno l'uno il 10 e l'altro il 17 ottobre.

Attivo ancora fino alle 16.30 del 28 luglio è infine il bando Por-Fesr, di contributi per l'acquisto di servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle imprese. I contributi possono coprire spese per l'ottenimen-

to, la convalida e la difesa di brevetti e altri attivi immateriali, spese per l'acquisizione di servizi di consulenza in materia di innovazione, spese per l'acquisizione di servizi di sostegno all'innovazione, come espressamente previsto da bando. L'intensità dell'aiuto è del 50% della spesa ammissibile nel caso di microimprese e piccole imprese e del 45% nel caso di medie imprese. Il massimo contributo concedibile è di 20 mila euro e la spesa minima di 5 mila.

Informazioni per tutti i bandi: Punto Nuova Impresa Cciaa di Udine, 0432.273539 nuovaimpresa@ud.camcom.it; Istruttoria: Ufficio Contributi Cciaa Udine, 0432.273829 per Rilancimpresa e mail.contributi@ud.camcom.it e per Por-fesr porfesr@ud.camcom.it.

PREMIAZIONI

Domande entro il 22 luglio

Con il 23 giugno si sono aperti i termini del bando per le Premiazioni del Lavoro e Progresso economico 2016. Le domande potranno essere inviate entro il 22 luglio alla Camera di Commercio di Udine, per arrivare in autunno alla Cerimonia con cui la Cciaa insignisce imprese, lavoratori, studenti e personalità del Friuli, che si siano particolarmente distinte, sul territorio, in Italia o nel mondo. Oltre alle abituali categorie e settori per cui è possibile inviare la candidatura all'onorificenza, quest'anno ci sono due novità. Si tratta del Premio "Idea imprenditoriale Terzo Millennio", per imprese o singoli soggetti che abbiano messo in pratica nuovi modelli di business, e del Premio "Scenari di ricostruzione economica", quest'ultimo legato al percorso di Friuli Future Forum, intreciato con l'anniversario dei 40 anni del Terremoto. Il bando è pubblicato sul sito della Cciaa, www.ud.camcom.it, con tutti i dettagli e le indicazioni per fare domanda. L'assegnazione dei premi sarà deliberata insindacabilmente dalla giunta camerale. Lo scorso anno sono stati 41 i Premiati, più cinque le Targhe dell'Eccellenza, queste ultime consegnate a Valdi Artico (per l'internazionalizzazione), Autoservizi Fvg Spa Saf (economia), a Patrizia Moroso (design), alla Fondazione Aquileia (cultura) e alla Brigata Alpina Julia (istituzioni).

SLOVENIA

Si allarga la rete dei partner

La Camera di Commercio di Udine allarga la rete dei partner sloveni con cui avviare azioni di supporto alla collaborazione tra piccole e medie imprese. Alla fine di maggio, il componente di giunta camerale Franco Buttazzoni, a nome del presidente Giovanni Da Pozzo, ha accolto in Cciaa il referente per l'internazionalizzazione della Municipalità di Maribor (peraltro gemellata con il Comune Di Udine) Simon Strancar e i direttori della Camera dell'artigianato e piccole imprese Leonida Polajnar e dell'Agenzia di Sviluppo (Mra) Bozidar Pucnik. Tra i settori prioritari di collaborazione sono stati evidenziati l'Ict e l'economia legata alle nuove tecnologie, l'arredo-design e i servizi legati alla salvaguardia dell'ambiente. L'incontro in Camera di Commercio è stato realizzato nell'ambito di Enterprise Europe Network (Een), la più grande rete europea di sostegno allo sviluppo delle Pmi, di cui sono parte la Cciaa Udine e Mra.



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?

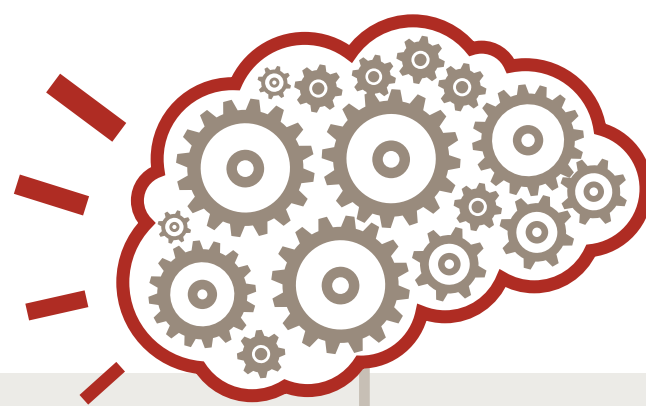
- Alle imprese che intendono valorizzare e tutelare la propria idea imprenditoriale.
- Agli inventori e a tutti coloro che vogliono conoscere gli strumenti a disposizione per orientarsi in merito alle proprie idee e progetti.

- 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 - www.ud.camcom.it

Contatta la Camera di Commercio
e prenota il tuo appuntamento



Dopo il check up pre-competitivo programmato per luglio sarà proposto un percorso di formazione

INTERNAZIONALIZZAZIONE



CILE E COLOMBIA

Conoscere il Sudamerica

Un pacchetto di servizi in vista della missione multi tappe calendarizzata dal 28 novembre al 2 dicembre

La Camera di Commercio di Udine, in collaborazione con le Camere di Commercio di Gorizia e di Pordenone, per favorire il consolidamento o la conoscenza di mercati nell'area del Sudamerica - in particolare in Cile e Colombia - propone alle imprese un pacchetto di servizi dedicati, in vista della missione multi tappe calendarizzata dal 28 novembre al 2 dicembre. Dopo il check up pre-competitivo di primo livello, utile a fornire orientamento e informazioni (o chiarimenti in caso di azioni commerciali già avviati dalle singole imprese nell'area), programmato per il prossimo luglio, la Cciao propone un percorso di formazione alle imprese interessate, con informazioni e approfondimenti specifici sulla business etiquette, sul mercato, sulle opportunità e le abitudini commerciali. Infine, la missione economica a cavallo tra novembre e dicembre, multi-tappe, nella quale saranno messi in agenda incontri B2B, generalmente organizzati nelle sedi di controparti locali preselezionate. Le tappe saranno scelte considerando le aree commerciali di maggior



Un'immagine di Santiago in Cile

interesse per l'impresa partecipante, tenendo conto di pregresse esperienze dell'impresa, degli esiti del check-up e del risultato del parere di prefattibilità ottenuto nonché delle caratteristiche della logistica locale. La singola azienda potrà scegliere se prendere parte a entrambe le tappe oppure a una sola. Se ci fossero imprese eventualmente interessate all'organizzazione di b2b anche in Perù, potranno richiedere una quotazione individuale per estendere ulteriormente la missione. Gli interessati sono invitati

a restituire la scheda di adesione e il profilo compilato, presenti nella sezione internazionalizzazione del sito www.ud.camcom.it. Per informazioni, telefono 0432.273535 e progetti.info@ud.camcom.it. Al Sudamerica, la Camera di Commercio di Udine ha rivolto la sua attività di internazionalizzazione dallo scorso autunno. Una prima missione ha visto unite sei imprese del settore arredo-casa, Ict e meccanica, che sono state impegnate in oltre 80 B2b con imprese locali tra Cile, Perù e Colombia.

EMIRATI ARABI

Collettiva per la fiera Wetex

Il 13 e 14 luglio sono le date da segnare in agenda per chi vuole partecipare al check up per approfondire il mercato degli Emirati Arabi, anche in vista delle successive fiere e missioni nell'area.

Al World Trade Exhibition Center di Dubai, dal 4 al 6 ottobre 2016, ci sarà la 18a edizione della Fiera Wetex, dedicata allo sviluppo delle tecnologie pulite ed energie rinnovabili, e le Camere di Commercio di Pordenone e Udine hanno in programma la partecipazione in collettiva per un gruppo di imprese regionali nel Padiglione Italiano curato da Ice-Agenzia. Nella seconda metà di novembre, ci sarà poi la missione, con un'agenda di B2b, occasione anche per approfondire i contatti avviati a Wetex. Gli Emirati continuano il loro impegno nel promuovere

l'innovazione, la ricerca e la regolamentazione delle energie rinnovabili e ambientali, e l'impiego di fonti alternative, anche in vista di Expo2020. Le nostre



Il World Trade Exhibition Center di Dubai

Pmi possono quindi inserirsi come fornitori o subcontractor dell'esposizione. Info www.ud.camcom.it, 0432.273537 e progetti.info@ud.camcom.it

IL 13 LUGLIO

Assistenza su India

Il 13 luglio, in Cciao di Udine, grazie al Desk India sarà fornito un servizio di assistenza specialistica alle imprese che desiderano approfondire il mercato. Saranno disponibili per confronti personalizzati con le Pmi friulane, nella sede camerale, i rappresentanti della Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry. L'obiettivo è favorire un confronto su fabbisogni del prodotto o del servizio fornito dall'impresa in relazione all'ingresso o all'espansione dei propri affari nel Paese. I settori interessati vanno dalle costruzioni ai macchinari all'arredo, dall'energia all'automotive all'agroalimentare. L'iscrizione è necessaria e le adesioni vanno inviate online entro l'8 luglio al link <http://eeurl.com/b5TUMf>. Per info: 0432.273534 e progetti.info@ud.camcom.it



GIUGNO

- 20** **SOSTEGNO PER LO SVILUPPO DI ADEGUATE CAPACITÀ MANAGERIALI DELLE PMI DEL FRIULI VENEZIA GIULIA**
Apertura termini presentazione domande - invio da PEC
- 20** **MISSIONE IMPRENDITORIALE IN ETIOPIA**
fino al 22
- 22** **MISSIONE IMPRENDITORIALE IN ANGOLA**
fino al 25
- 29** **MISSIONE - ALPE ADRIA BIOHIGHTECH BROKERAGE EVENT**
Trieste



LUGLIO

- 2** **MISSIONE - TORINO FASHION MATCH BROKERAGE EVENT**
Torino
- 6** **CORSI APPRENDISTATO: SICUREZZA E PREVENZIONE INFORTUNI** - Cciao Udine
- 11** **CONCESSIONE DEGLI INCENTIVI PER SOSTENERE, LE IMPRESE IN DIFFICOLTÀ DEL SETTORE MANUFATTURIERO E DEL TERZIARIO NEL PROCESSO DI RECUPERO DEI LIVELLI DI COMPETITIVITÀ**
Apertura termini presentazione domande - invio da PEC
- 13** **CHECKUP - FOCUS INDIA**
Udine
- 13** **DIFFUSIONE VARIAZIONI INDICI FOI SENZA TABACCHI**
(dopo le ore 13.00) - tel. 0432 273 265
- 13** **CHECKUP - FOCUS EMIRATI ARABI UNITI**
Udine
- 28** **SEMINARIO - FORUM FVG-USA "DRIVING CHANGE FOR US AND ITALIAN INNOVATION SYSTEMS: FINDING WAYS TO LEARN BETTER FROM EACH OTHER"**
28 luglio Trieste - 29 luglio Udine



Calendario

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

- Novità dalla Cciao**
- Statistica e Prezzi**
Centro Studi - Ufficio Statistica e Prezzi
statistica@ud.camcom.it
- Contributi**
Informazioni: Punto Nuova Impresa
nuovaimpresa@ud.camcom.it
- Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER**
Ramo Promozione
progetti.info@ud.camcom.it
- Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER**
Ramo Formazione
www.ricercaformazione.it
- Friuli Future Forum**
www.friulifutureforum.com
info@friulifutureforum.com