



## TRA I VITIGNI: ECCELLENZE E IL DOPO VOUCHER

L'INCHIESTA E LE INTERVISTE  
ALLE PAGG. 6, 7 E 8

### MONTAGNA, PROVE DI RILANCIO

Pag. 3



### SCUOLA D'IMPRESA CON CONFCOOPERATIVE

Pag. 14



### FVG-CANADA RAPPORTI PROFICUI

Pag. 15





Udine Economia formato digitale!

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:**

Unidea / Udine

**Impaginazione/Fotoliti:**

Creactiva / Udine

**Stampa:**

Finegil Editoriale S.p.A.

Divisione Nord-Est

**Fotoservizi:**

Tassotto&Max

**Archivio:**

C.C.I.A.A. - Anteprima, Petrusi Foto Press

## SOMMARIO



### FOCUS MONTAGNA

RETI D'IMPRESA E TURISMO SLOW pag. 3

VALCANALE.NET: LA RIVOLUZIONE DIGITALE pag. 4

COSILT: IL CONCORSO DI IDEE pag. 4

IL "TIRAMISÙ DI TOLMEZZO" pag. 5

ALBERGATORI A CACCIA DI TURISTI pag. 5

### SPECIALE VITICOLTURA pagg. 6-7-8



### IMPRESE PAGG. 9-10-11



### GLI IMPRENDITORI DEL MESE pag. 12

### GLI ASSAGGI DEL MESE pag. 13



### NEWS DALLA CAMERA DI COMMERCIO pagg. 14-15-16

## RIBOLLA DA TUTELARE

Pag. 7



## VITICOLTORI ECCELLENTI

Pag. 8



## L'ECONOMIA DELLA MONTAGNA: IMPRESE E UNITÀ PRODUTTIVE

31 dicembre 2016

Fonte: elaborazione su dati InfoCamere

Descrizione Ateco 2007	Montagna	Valore regionale	% montagna su regione
Imprese attive	4.543	90.978	5,0%
Imprese per 10mila abitanti	707,9	745,0	-
Imprese artigiane attive	1.556	28.484	5,5%
Imprese femminili attive	1.239	21.051	5,9%
Imprese giovani (under 35)	442	7.229	6,1%
Posti letto	18.477	146.302	13,3%
Negozi al dettaglio	939	16.078	5,8%

## UNITÀ LOCALI ATTIVE PER SETTORE ECONOMICO

variazione % 2016 su 2011

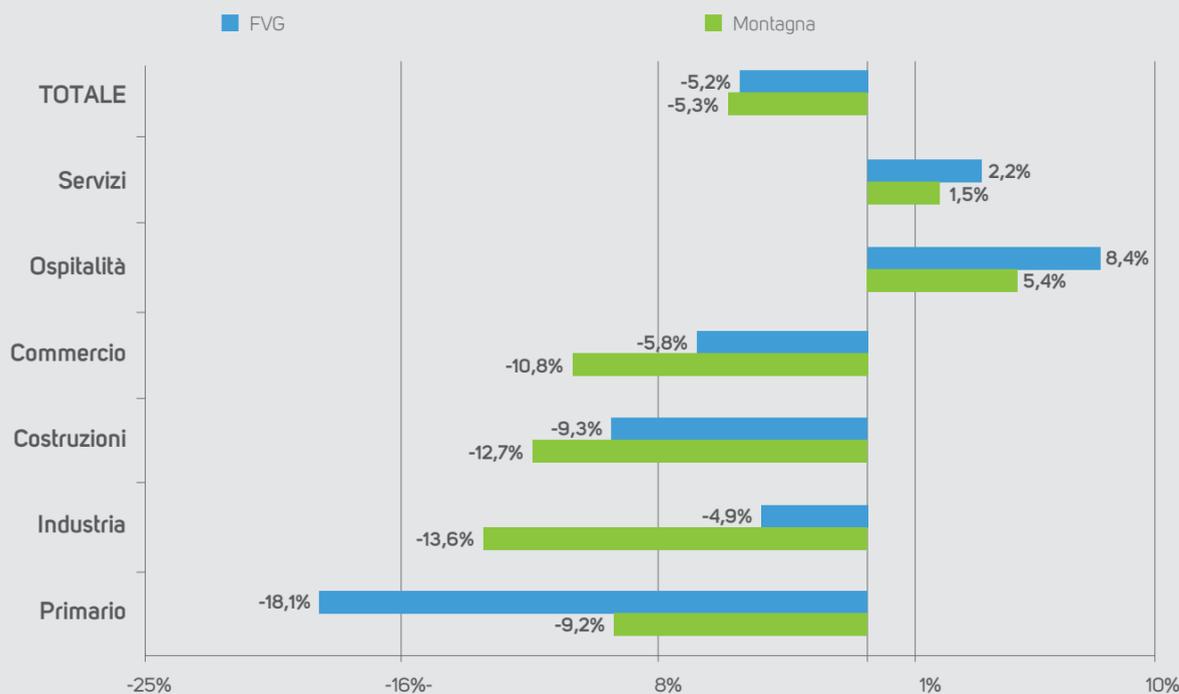
Fonte: elaborazione su dati InfoCamere

**Variatione % delle unità produttive attive tra il 2011 ed il 2016, per macrosettore: confronto tra Montagna e Friuli Venezia Giulia**

Nel Medio periodo (ultimi cinque anni), nei comuni della Montagna, calano le unità produttive nei settori tradizionali:

- Primario (-9%)
- Industria (-13,6%)
- Costruzioni (-12,7%)
- Commercio (-9%)

Crescono le attività dei Servizi dell'Ospitalità (+5,4%)



## IL TURISMO IN MONTAGNA

### INDICE DI INTENSITÀ

Fonte: Ministero dell'Economia e delle Finanze - Agenzia delle Entrate

	Arrivi	Presenze
2015	256.769	835.947
2016	289.252	872.888
Var. % 2016/15	+12,65%	+4,42%

Delle 863.000 presenze registrate nel 2016, 290.000 sono straniere, così suddivise:

**Carnia** 96.000 presenze

**Ambito turistico del Tarvisiano, Sella Nevea e Passo Pramollo** 128.000 presenze

**Piancavallo e Dolomiti Friulane** 66.000 presenze

Le 863.000 presenze registrate nel 2016, sono così suddivise:

**Carnia** (38%) 380.000 presenze

**Ambito turistico del Tarvisiano, Sella Nevea e Passo Pramollo** (53,5%) 331.000 presenze

**Piancavallo e Dolomiti Friulane** (18,5%) 162.000 presenze

## I DATI E L'ANALISI

# RETI D'IMPRESA E TURISMO SLOW: NUOVE IDEE PER LA MONTAGNA

LA CRISI HA DECIMATO LE IMPRESE, MA ALCUNI SETTORI REGGONO. LA CICLABILE ALPE ADRIA È UNA RISORSA PER ATTIRARE I VISITATORI

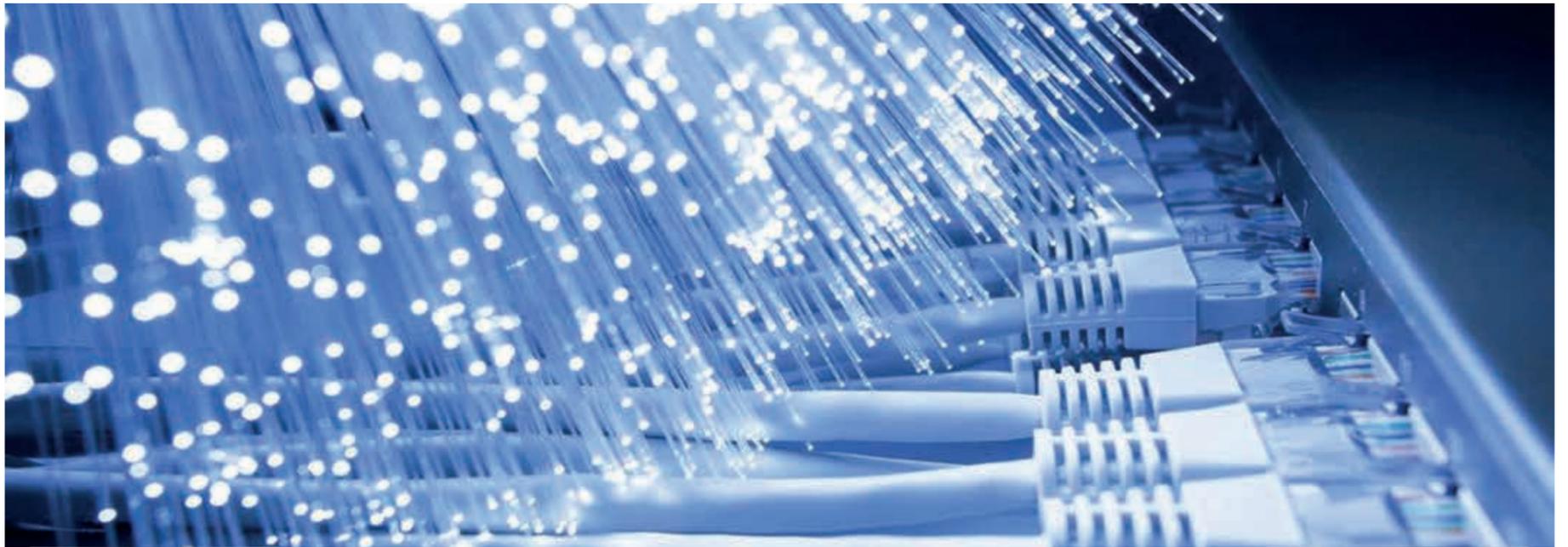
Un territorio che, in barba alle tante difficoltà, vuole continuare a rimanere "vivo". La montagna, come e forse più di altre zone regionali, ha sofferto le difficoltà causate dalla crisi economica, sia in termini demografici, sia imprenditoriali. A testimoniare sono i dati di un'indagine elaborata dal Centro studi della Camera di Commercio di Udine.

Come si può analizzare questo quadro? E quali le prospettive future? «La montagna - commenta il presidente della Camera di Commercio di Udine, **Giovanni Da Pozzo** - rappresenta il 43,3% del territorio Fvg, è una parte di regione che necessita di attenzione e manutenzione: non parlo di sussistenza, ma di comprensione per le dinamiche che ci sono». Le eccellenze, del resto, non mancano: «In Carnia il manifatturiero è ancora forte e trainante, per citare un caso. Gli imprenditori di valore e le capacità ci sono in tutte le zone». Il turismo potrebbe costituire un volano importante, complici anche i numeri in crescita. «È un settore - conclude Da Pozzo - che ha dato risultati positivi negli anni. Per ritagliarsi ulteriore spazio, servono una maggiore formazione da un lato, supporto negli investimenti e nelle infrastrutture, come le zone wellness, dall'altro».

L'artigianato, con le sue 1.556 imprese, è ancora una presenza importante in montagna. In che modo è destinato a evolversi? «Credo la creazione di reti d'impresa sia la strada per i tempi a venire - commenta **Roberto Vicentini**, presidente della zona dell'Alto Friuli di Confartigianato Udine -. Nell'edilizia qualcosa si muove, era da tempo che non vedevo così tanti cantieri. Legare l'artigianato di nicchia al turismo, poi, credo sia una chiave di volta efficace. Nelle nostre montagne gli indici di imprenditorialità sono in crescita, segno che la vitalità non manca». «L'innovazione e la ricerca, oltre all'efficienza energetica, devono essere al primo posto per tutte le imprese che si occupano di edilizia - sottolinea invece **Enea Pellizzotti**, presidente per la Carnia del Cna -. L'artigianato locale può trovare spazi attraverso la riqualificazione delle competenze, la formazione e lo sviluppo dell'information technology». E non mancano le idee di come guadagnare nuove fette di mercato in futuro. «Un possibile sbocco per il territorio della Valcanale e Canal del Ferro, ma non solo, viene dalla silvicoltura, che permetterebbe di valorizzare le risorse del territorio e recuperare alcune zone ora abbandonate - afferma **Vittorio Di Marco**, vice presidente di Confindustria Udine e coordinatore della Delegazione di Tolmezzo -. Ciò, inoltre, potrebbe rendere il territorio più gradevole esteticamente, con ovvi benefici sul turismo». Poi, sono anche le "virtù" umane che possono fare la differenza, come evidenzia **Tiziano Di Ronco** di Confapi Fvg: «In Carnia - spiega - esistono ottime realtà industriali. La fortuna è che ci sono imprese con "capitani" molto ancorati al territorio, motivati a rimanere qui. Lo stesso vale per tantissimi lavoratori. Riguardo al settore pubblico, è un peccato che il nuovo Codice degli appalti crei tante difficoltà».

Dal 2000 al 31 dicembre 2016, la montagna ha perso 730 imprese (-14,2%). Inevitabile un decremento in termini di lavoro. Come invertire il trend? «Le aziende non sempre trovano personale adeguatamente formato, e pronto ai cambiamenti dei sistemi produttivi, da inserire in organico - rileva **Franco Colautti**, segretario regionale della Cisl -. È così, per esempio, per le cartiere dell'Alto Friuli». Un settore rilevante potrebbe essere quello turistico: «È necessario fare sistema e migliorare un'offerta già buona, magari con alberghi di qualità ancora più alta - conclude Colautti -. Penso anche ai servizi a favore dei cicloturisti, una risorsa importante per il futuro». Lo spopolamento può aver inciso, ma non solo, come evidenzia **Natalino Giacomini**, segretario generale Cgil Udine: «Il lato demografico ha il suo peso, ma ancor di più il depauperamento dei servizi - argomenta -. Per convincere le persone e gli imprenditori a tornare qui occorre ridare slancio al territorio: la banda larga è una necessità». Il segretario riflette anche su altri settori: «Per fare il salto di qualità nel turismo dobbiamo migliorare la cultura dell'accoglienza - conclude -. Nell'edilizia servirà personale sempre più qualificato, ma attenzione anche al campo della forestazione, che potrà avere risvolti interessanti». Per Cgil e Cisl, poi, sarà fondamentale il ruolo delle scuole nella formazione di nuove professionalità. Riflessione a più ampio respiro, infine, per **Ferdinando Ceschia**, segretario generale Cst Uil Udine: «Negli ultimi 15-20 anni abbiamo perso troppi appuntamenti per far valere il nostro ruolo in Europa - commenta -. Cogliamo poco le opportunità dei fondi comunitari, ma è un problema di approccio generale: vanno rivisti i parametri di lettura della nostra economia e della società».

Luciano Patat



LA RIVOLUZIONE NEL TARVISIANO

# LA CONNESSIONE INTERNET PUÒ FARE LA DIFFERENZA

LA BANDA LARGA È UNA NECESSITÀ ED ECCO L'IDEA VINCENTE  
"VALCANALE.NET" HA PORTATO IL SEGNALE TRA ALBERGHI E AZIENDE

» ALESSANDRO CESARE

Serviva qualcosa di più per rendere Tarvisio ancora più attrattiva sul fronte turistico. Bene i posti letto, bene gli impianti sciistici, bene i collegamenti viari. Ma oggi il turista sceglie una località come il capoluogo della Valcanale, immersa in una natura a tratti incontaminata, solo se può restare collegato con il mondo. Ecco perché una connessione internet veloce può fare la differenza. Lo sa bene **Gabriele Massarutto**, imprenditore locale che ha ben compreso cosa serve a Tarvisio per proporsi come "meta turistica 2.0". Nasce così il progetto "Valcanale.net" (servizio di Valcanale Energia Srl), per portare la connessione veloce negli alberghi, nelle aziende e nelle case dei cittadini di Tarvisio, Malborghetto-Valbruna e Pontebba. Massarutto, come già avvenuto per l'elettrodotto transfrontaliero con la Carinzia, dimostra di saper guardare al futuro, offrendo una possibilità di sviluppo al territorio che gli ha dato i natali. **Massarutto, un progetto ambizioso non senza difficoltà di realizzazione.**

«La particolare orografia del territorio Tarvisiano non ci ha aiutato, ma abbiamo comunque voluto cogliere questa sfida perché fare turismo senza internet, ormai, è impensabile. Ci siamo affidati a una ditta friulana per il progetto di posa della fibra ottica, utilizzando una parte delle infrastrutture che come Idroelettrica Valcanale usiamo per la distribuzione di energia elettrica. Opere, quindi realizzate a impatto zero. Oltre 25 chilometri di cavi in fibra ottica che percorrono il fondo valle e raggiungono le cime dei monti Lussari, Florianca

**OLTRE 25 CHILOMETRI DI CAVI IN FIBRA OTTICA CHE PERCORRONO IL FONDO VALLE E RAGGIUNGONO I MONTI LUSSARI, FLORIANCA E PRIESNIG**

e Priesnig con 40 punti di accesso per la diffusione capillare del segnale. ».

**Un progetto nato per gli alberghi che però sta avendo uno sviluppo imprevisto, non è vero?**

«Sì, perché le richieste che ci sono arrivate da imprenditori e privati cittadini del territorio ci hanno convinto a estendere il servizio a tutti, non limitandolo solo agli operatori del turismo. Questo ha comportato un investimento maggiore rispetto a quello preventivato, con una spesa ormai vicina ai 600 mila euro per servire i territori di Tarvisio, Malborghetto e Pontebba, particolarmente vasti e difficili da raggiungere nella loro completezza».

**A che punto siete con la distribuzione del segnale?**

«Fino a oggi abbiamo superato le 300 utenze e le richieste sono in continuo aumento. Prevediamo di raggiungere il break even in una decina di mesi, tagliando il traguardo delle 650 utenze. Stiamo completando la copertura delle frazioni di Tarvisio e di Malborghetto-Valbruna, per poi passare a quelle di Pontebba, che contiamo di raggiungere per l'arrivo della stagione invernale».

**Com'è strutturata la vostra rete?**

«Si tratta di una rete completamente indipendente da Telecom Italia, poiché l'approvvigionamento di banda internet ci viene assicurato attraverso una derivazione in fibra ottica da una dorsale internazionale, garantendo prestazioni di massimo livello».

**MASSARUTTO: "PREVEDIAMO DI RAGGIUNGERE IL BREAK EVEN IN UNA DECINA DI MESI, TAGLIANDO IL TRAGUARDO DELLE 650 UTENZE"**

**Valcanale Energia ha deciso di investire dove altri non l'hanno fatto.**

«La dispersione di utenze in una situazione orografica così difficile come quella della Valcanale costituisce uno scoglio insormontabile per altri internet provider. Territori con pochi abitanti (meno di 7 mila) distribuiti su una superficie molto estesa, pari a 420 km quadrati. A questo proposito è stata fondamentale la sinergia tra Valcanale Energia e Idroelettrica Valcanale, società, quest'ultima, con un'esperienza e una conoscenza capillare del territorio.

**Un servizio, quello che fornite, pensato per far crescere il comprensorio turistico di Tarvisio.**

«Un territorio come questo, per crescere e svilupparsi, ha bisogno di proporre servizi di alta qualità ai suoi ospiti. E internet veloce è uno di questi. Non solo, un collegamento web rapido e stabile rappresenta uno strumento indispensabile per la sopravvivenza delle attività commerciali e artigianali, oltre che delle piccole industrie. Anche così si contribuisce a ridurre lo spopolamento in atto in questa vallata: basti pensare che Valcanale Energia ha già assunto 3 addetti con l'obiettivo di assumerne un altro entro la fine dell'anno».

**Per tutte le informazioni del caso, [www.valcanale.net](http://www.valcanale.net), [info@valcanale.net](mailto:info@valcanale.net) e 0428870087.**



Gabriele Massarutto

PROMOSSO DAL COSILT

## "PORTA DELLA CARNIA": ON LINE IL CONCORSO DI IDEE

La "Porta della Carnia" si fa bella, grazie a un concorso di idee che ne cambierà la fisionomia, rendendo la rotatoria di Amaro un accogliente e moderno ingresso verso le montagne carniche.

Promosso dal Cosilt (Carnia Industrial Park - Consorzio di Sviluppo Economico Locale di Tolmezzo), il contest internazionale, pubblicato proprio in questi giorni, ridisegnerà la viabilità all'uscita del casello autostradale A23 - Carnia, valorizzandone l'estetica e la funzionalità. Il concorso si rivolge ad architetti e ingegneri, italiani e stranieri, iscritti nei rispettivi albi professionali, chiamati a valorizzare il contesto territoriale, le risorse culturali, paesaggistiche ed economiche dell'area, e a realizzare nuovi percorsi di viabilità, sicuri ed agevoli. Liberi professionisti che dovranno appassionarsi anche alle criticità della rotonda di Amaro, "una rotonda in cui transitano milioni di auto l'anno e che ha problemi di transito pedonale - osserva il direttore del Cosilt Danilo Farinelli -. Si dovranno prevedere soluzioni urbanistiche, viarie e di arredo urbano che razionalizzino gli spazi, migliorando i collegamenti pedonali, ottimizzando la sicurezza stradale e la circolazione dei lavoratori e dei mezzi in transito nell'area". Al contempo la nuova rotatoria dovrà offrire un elemento di forte valenza estetica e simbolica.

"Raccogliere in modo partecipativo le idee attraverso questo concorso ci è parso fin dal subito il modo migliore per valorizzare quest'area - afferma il presidente del Carnia Industrial Park, Mario Gollino -, che per caratteristiche si presta davvero ad essere la porta di accesso alle bellezze della Carnia. Un'area di traffico intensivo, visto che la somma dei dati di entrata e di uscita dal casello autostradale, nel corso del 2016, è stata pari a circa 3 milioni di veicoli."

Le idee saranno raccolte digitalmente attraverso la piattaforma web "[www.concorsiarchibo.eu/portadellacarnia](http://www.concorsiarchibo.eu/portadellacarnia)", realizzata dall'Ordine degli Architetti di Bologna, con accesso diretto o tramite il sito web [www.carniaindustrialpark.it](http://www.carniaindustrialpark.it), sezione "bandi di gara". Al vincitore del concorso verrà assegnato un premio di cinquemila euro; il primo classificato verrà anche incaricato il progetto di fattibilità tecnica ed economica. Al 2° classificato andrà un premio di tremila, duemila al 3°. Le proposte saranno esposte in una mostra probabilmente itinerante. **Rosalba Tello**



# SI PUNTA AL MARCHIO TIRAMISÙ DI TOLMEZZO

IL DESSERT HA ORIGINI CARNICHE. UN SUCCESSO CHE ONORA UNA TERRA OGGI QUESTO PRODOTTO PUÒ DIVENTARE UN VOLANO PER IL TURISMO

## » ANNA CASASOLA

«Una certificazione che dà lustro a quello che ha inventato mia mamma e che conferma quello che abbiamo sostenuto per anni. E ora potrebbe nascere il marchio "Tiramisù di Tolmezzo"».

Per **Mario Del Fabbro**, figlio di **Norma Pielli**, signora al cui estro creativo si deve la nascita del tiramisù, ci sarà un ulteriore passo avanti nell'identificazione di uno dei dessert più conosciuti e apprezzati al mondo con la terra carnica ovvero la creazione di un marchio. Come noto quest'estate, il tiramisù carnico è entrato nella lista dei Prodotti agroalimentari tradizionali e quindi riconosciuti come caratteristici del territorio. Negli anni '50 la famiglia Del Fabbro gestiva l'albergo ristorante Roma: lì Norma, moglie di **Beppino Del Fabbro**, cuoca del ristorante, inventò il celebre dolce a base di uova, zucchero, mascarpone, caffè e cacao. La storia, documentata dalla famiglia

Del Fabbro, vuole che alla fine degli anni '40, la signora Norma proponesse ai suoi clienti una variante di un dolce chiamato "Torino" dove al posto del burro e del liquore ci fossero mascarpone e caffè e, tolta la cioccolata, venisse aggiunta una spolverata di cacao. Un successo. «In un menù del 1952 - ricorda il figlio Mario - c'era un "Trancia al mascarpone", dolce ribattezzato in seguito da alcuni sciatori triestini di ritorno da una giornata sulle piste di Sappada, "Tiramisù", per il fatto che letteralmente quel dolce "tirava su" dopo le fatiche sulle

piste». Per Mario però, al di là della storia ufficiale, ci sono i ricordi di bambino, di quando la domenica il papà vestiva lui e i suoi fratelli da piccoli maître e li faceva aiutare a portare in tavola, «ma il momento che tutti aspettavamo - è il ricordo che il signor Mario, forse inconsapevolmente, condivide con milioni di bambini in tutt'Italia - era quando, al momento di servire il dolce, potevamo leccare la paletta».

La ricetta di quel dolce inventato a Tolmezzo si diffuse velocemente a tutte le latitudini. «Soprattutto dal 1972 - racconta ancora Mario -, quando una nota azienda dolciaria milanese, lo portò in tutto il mondo. O quando una rinomata pasticceria della capitale cominciò a produrne 1.200 chilogrammi al giorno». Al di là della notorietà confermata in tutto il mondo, il tiramisù punta a mantenere ben salde le sue radici a Tolmezzo. «Ho parlato con degli amici - conferma Del Fabbro -: si vorrebbe che tutti i ristoranti della città servissero il tiramisù e si vorrebbe creare il marchio "tiramisù di Tolmezzo"».

Il 13 settembre scorso, intanto, è uscito "Il tiramisù, Tolmezzo e la Carnia. Viaggio alla scoperta dell'universo in cui è nato il dolce che ha conquistato il mondo" volume scritto da **Pier**



**Giuseppe Avanzato** (Andrea Moro editore).

«Sul fatto che i prodotti enogastronomici della Carnia potessero diventare un volano per il turismo della Carnia - spiega l'autore - il signor Beppino Del Fabbro, il marito di Norma, aveva già le idee ben chiare in quegli anni: lui aveva stretto accordi commerciali con agenzie di viaggio internazionali di

**NORMA PIELLI DIEDE VITA ALL'INVENZIONE. UN LIBRO RACCONTA IL DOLCE FRIULANO CHE HA CONQUISTATO IL MONDO**

New York, Vienna, soprattutto con i tedeschi. Aveva capito le potenzialità del turismo enogastronomico già allora. Oggi dunque - prosegue Avanzato -, forti di questo riconoscimento, si tratterebbe solamente di attualizzare quanto già fatto.

La Carnia non ha niente di invidiare a nessuno bisogna un po' sapersi reinventare e cambiare la mentalità laddove un po' chiusa. Nei documenti che ho trovato della gestione Del Fabbro al Roma - prosegue lo scrittore - Beppino metteva per iscritto come il proprio personale dovesse accogliere i clienti: oggi si tratta di legare all'enogastronomia l'incentivazione del territorio».

TURISMO: LE ASPETTATIVE DEGLI ALBERGATORI

## NON SOLO PISTE DA SCI IL FUTURO È IL WELLNESS



**FIOCCANO LE PRENOTAZIONI DALL'EST EUROPA GLI OSPITI STRANIERI CHIEDONO SERVIZI E AREE BENESSERE**

La prima neve si è già fatta vedere, imbiancando le montagne del Friuli Venezia Giulia, e gli operatori del settore sono già al lavoro per offrire una proposta invernale al passo coi tempi e che vada incontro alle esigenze dei clienti.

"Se per la stagione estiva le nostre strutture ospitano per lo più clienti italiani, d'inverno lavoriamo molto di più con l'estero - commenta **Paola Schneider**, presidente di Federalberghi Fvg -. La maggior parte dei clienti arriva dall'Est Europa, anche se poi ogni località turistica accoglie visitatori provenienti da diverse aree, grazie anche al lavoro di promozione fatto durante l'anno. A Forni di Sopra, per esempio, ci sono molti ospiti croati e serbi, mentre Ravascletto - Zoncolan sono frequentate da polacchi e cittadini provenienti dalla Repubblica Ceca. Il mercato italiano, negli ultimi anni, è stato un po' trascurato e forse

dovremmo iniziare a promuovere il nostro territorio anche dentro i confini nazionali: la crisi c'è, ma iniziano a vedersi i primi segnali di ripresa».

Famiglie e gruppi sono la principale tipologia di clienti che frequentano le nostre montagne. Per quanto riguarda l'arrivo di comitive l'ottimo risultato raggiunto è stato possibile anche grazie ai collegamenti instaurati negli anni con le agenzie dell'Est Europa.

**PAOLA SCHNEIDER (FEDERALBERGHI): "BISOGNA INVESTIRE ANCHE SUGLI ITALIANI E SULLE GITE SCOLASTICHE NEI POLI MINORI"**

"Oltre ai privati, le piste della nostra regione vengono scelte anche per le gite scolastiche con l'arrivo di molti giovani da diversi paesi europei - prosegue Schneider -. Un mercato che alcune località stanno abbandonando, ma che invece di perdere potrebbe essere orientato sui poli minori dove le piste sono corte e facilmente percorribili".



Col tempo sono cambiate anche le abitudini degli sciatori e la settimana bianca è sempre meno diffusa: "Sulla permanenza incide molto la provenienza - prosegue la Schneider - da più lontano arrivano, più si trattengono. I cittadini dell'Est mediamente si fermano 6 giorni, mentre gli italiani preferiscono concedersi week end lunghi, da giovedì a domenica. E non ci si accontenta più solo di sciare. In molti chiedono aree wellness e wi fi, spazi dove poter far giocare i più piccoli e la possibilità di visitare località turistiche". "Sappiamo che le nostre piste sono meno appetibili però possiamo garantire sicurezza e qualità, caratteristiche che sono molto apprezzate. Per le ore "dopo lo sci" la valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche possono essere una marcia in più, soprattutto guardando a turisti stranieri".

Luciana Idelfonso



# PRODUZIONE IN CALO, MA BUONA QUALITÀ

LA VENDEMMIA È PARTITA IN ANTICIPO CON BUONI RISULTATI  
SENZA VOUCHER PERÒ LE AZIENDE FATICANO A OPERARE

Produzione in calo e buona qualità: questi in sintesi gli elementi che stanno caratterizzando la vendemmia 2017 in Friuli Venezia Giulia. Una raccolta partita in anticipo di una decina di giorni rispetto alla media storica per quanto riguarda i bianchi e tardiva per i rossi a causa delle condizioni meteorologiche di settembre.

«Le criticità sono iniziate in primavera con la gelata del 20 e 21 aprile che ha colpito a "macchia di leopardo" tutta la regione - sottolinea **Dario Ermacora**, presidente di Coldiretti Fvg -; alcune varietà sono state duramente colpite, altre per fortuna molto meno, altre ancora affatto. Lo stadio vegetativo (se aveva già germogliato o meno) della pianta, in questo caso, ha influito.

## LA SICCIÀ NON HA COLPITO IL FRIULI E QUESTO CONSENTIRÀ OTTIME RICADUTE ECONOMICHE DA REINVESTIRE NELLE FILIERE E NELLE DOC

La gelata ha pertanto compromesso la quantità della produzione. L'estate è stata bellissima, il clima ideale, privo di siccità e senza un eccessivo caldo o piovosità fatta salvo qualche giornata torrida a fine luglio e ad inizio agosto. Siamo "partiti bene" con la raccolta dei bianchi perché avevamo tutte le condizioni favorevoli ma dopo il tempo non ci ha "dato una mano" e adesso siamo purtroppo in una condizione non ideale: le varietà rosse, quelle più tardive,

sono ancora in pianta e in questi giorni si sta ultimando la raccolta (dovrebbe essere terminata nel giro di una settimana) in una situazione di emergenza poiché l'eccessiva pioggia dell'ultimo periodo non aiuta la sanità dell'uva (la maturazione per le qualità tardive cioè non si completa come dovrebbe)».

Ottimista **Roberto Felluga**, presidente della sezione viticoltura di Confagricoltura Fvg. «Fortunatamente non c'è stata siccità durante la stagione estiva; abbiamo registrato un andamento regolare e non c'è stata una riduzione di produzione relativa a questa problematica (alcune regioni hanno avuto un calo del 30% legato alla siccità). Abbiamo iniziato la vendemmia in maniera ottimale - puntualizza Felluga -. Nelle zone dove c'è stata la gelata primaverile c'è stata una diminuzione della produzione (la collina ha offerto meno rispetto alla pianura). Gran parte delle raccolte sono ultimate e, sebbene sia ancora presto per dirlo, sono fiducioso circa questa annata perché abbiamo già coltivati in fermentazione, buoni frutti e un buon corredo aromatico. Questo ci fa ben sperare che la qualità media sia abbastanza elevata.

Fortunatamente anche i rossi, anche se nell'ultimo periodo c'è stata un po' di pioggia, sono arrivati a maturazione e sono certo avremo delle sorprese positive». Per **Marco Malison**, responsabile del settore vitivinicolo di Coldiretti Fvg: «Le produzioni sono sicuramente in calo. Di quanto? Dipende molto dall'azienda; ci sono, ad esempio, aziende che hanno sofferto di più la siccità invernale piuttosto che la gelata primaverile, o hanno sofferto la siccità estiva o i temporali e le grandinate di agosto. Sulla questione qualitativa - continua Malison - mi pare di capire che i

bianchi raccolti abbiano dato una "buona soddisfazione". Adesso si tratta di capire quando riusciremo a completare la raccolta dei rossi in relazione al decorso meteorologico dei prossimi giorni. Vedo comunque che c'è la tendenza ad "affrettare e portare tutto in cantina"».

«Credo che la produzione di questa annata sia inferiore all'anno precedente di un 20% circa anche se è compensata in parte dalla produzione dei nuovi impianti» commenta il presidente di Fedagri Fvg, **Giorgio Giacomello**. «Per quanto riguarda la qualità sicuramente sarà ottima per effetto di una condizione climatica molto favorevole. Altre regioni - commenta il presidente di Fedagri Fvg - hanno avuto sicuramente molti più problemi del Friuli e proprio per questo effetto ci sarà sicuramente una ricaduta economica sul prezzo che permetterà di fare nuovi investimenti e, speriamo, anche filiere di buone dimensioni per favorire verso i mercati esteri l'importanza delle Doc prosecco, Pinot grigio e Doc Friuli Venezia Giulia. Tutto l'investimento fatto sulle tre nuove doc è mirato a fare "economia del territorio" e non solo di qualche singolo produttore».

Ermacora sottolinea infine «l'impossibilità di fatto dell'utilizzo dei voucher». Per il presidente di Coldiretti Fvg infatti «non c'è il necessario buon senso per rispondere alle necessità delle aziende (che poi si traduce in 15 giorni lavorativi) con uno strumento snello che permetta loro di essere nella legalità in un modo applicabile e utilizzabile».

IN DIECI ANNI TRIPLICATI GLI ETTOLITRI PRODOTTI

# RIBOLLA GIALLA, PATRIMONIO DA TUTELARE

I PRODUTTORI INTENDONO DIFENDERE IL VITIGNO AUTOCTONO DELLA NOSTRA REGIONE  
L'AMBIZIONE DI DIVENTARE ZONA GEOGRAFICA ELETTA COME LA FRANCIACORTA

La Ribolla gialla va tutelata e promossa con politiche e strategie commerciali ad hoc in Italia e all'estero: non hanno dubbi i produttori del Friuli Venezia Giulia che intendono difendere il vitigno autoctono della nostra regione. La Ribolla gialla, infatti, veniva coltivata già in epoca romana: trova la sua massima espressione nella zona collinare tra Udine e Gorizia ma si sta via via allargando anche alle zone di pianura in seguito ad un notevole successo di mercato.

Tutelare quindi ciò che è 100% friulano affinché la ribolla gialla sia coltivata solo nelle zone vocate e non in altre parte d'Italia come per esempio in Sicilia dove mesi fa hanno iniziato una sperimentazione piantando le prime barbatelle.

"Dovremmo impegnarci per mantenere il carattere e l'identità friulana della ribolla come ha saputo fare il Brunello di Montalcino con il Sangiovese - commenta **Manlio Collavini** della cantina Eugenio

esplose il boom economico mentre l'enologia diventava mestiere e arte per creare vini di qualità superiore. Manlio, figlio di Giovanni, colse e anticipò quei primi segnali di cambiamento e fu tra i primi a portare i vini friulani nel mondo.

"Mi auguro che i miei colleghi produttori - aggiunge Collavini - adottino lo stesso nostro metodo di spumantizzazione, sperimentando e

**NELLA PRIMAVERA DI QUEST'ANNO È NATA LA RETE D'IMPRESA "RIVIERA GIALLA" CON L'OBIETTIVO DI VALORIZZARE I VITIGNI AUTOCTONI**

innovando alla ricerca della migliore qualità del vino: solo così, e con il sostegno della politica regionale, possiamo ambire di diventare una zona geografica eletta come ha saputo fare, per esempio, la Franciacorta".

Anche **Marco Lorenzonetto**, alla guida dell'azienda Lorenzonetto Cav. Guido di Latisana, lancia la sfida in una visione a lungo termine: "Spero che gli imprenditori friulani possano contare su un sostegno politico e sulle giuste iniziative commerciali per lanciare la Ribolla nel mondo: adesso è il momento di spingere sulla promozione internazionale per ottenere crescita ed espansione nei prossimi anni e decenni."

Era il 2008 quando l'azienda ha fatto il primo impianto di ribolla: una prova per testare la risposta del vitigno sui terreni vicini al mare e sulla spumantizzazione ottenuta con 90-100 giorni in autoclave. Test più che superato visto che oggi gli ettari di ribolla di Lorenzonetto sono cinque. L'azienda agricola, infatti, si trova nella zona DOC "Friuli Latisana", prevalentemente costituita da terreni argillosi, di difficile lavorazione ma ricchi di sali minerali.

La vicinanza del mare Adriatico determina benefiche correnti di aria calda e salmastra, creando un eccezionale microclima nell'entroterra, così come avviene nelle altre Zone Doc Ania e Aquileia.

"Insieme ad altre 7 aziende (La Reguta, Ateagri, Fracaroli, Veritti, Cozzarolo, Battista Secondo, Marnic e Stafus Carlo) - racconta Lorenzonetto - abbiamo costituito nella primavera 2017 la rete d'impresa "Riviera Gialla" con l'obiettivo di valorizzare i vitigni autoctoni della regione e in particolare la ribolla. Le bottiglie con etichetta Riviera

Gialla per ora sono distribuite solo nelle rivendite delle singole aziende, ma siamo alla ricerca di un partner commerciale che si prenda in carico la distribuzione e la commercializzazione all'estero".

Sono 30 anni che l'azienda agricola Visintini produce Ribolla nelle colline di Corno di Rosazzo, guidata dal 2001 dai tre fratelli Oliviero, Cinzia e Palmira.

"Produciamo ribolla ferma e spumantizzata ma è la prima a fare la parte da leone della nostra cantina perché penetra meglio nei mercati di riferimento, in particolare quelli esteri di alto livello" - spiega **Oliviero Visintini**. "In base alla nostra esperienza, arrivare all'estero con la spumantizzata è molto più difficile perché fuori dai nostri confini ogni bollicina deve superare la concorrenza del prosecco".

L'azienda coltiva circa 1,5 ettari a ribolla e recentemente ha cambiato il metodo di spumantizzazione ritornando al metodo classico champenoise cercando di fare un prodotto diverso dagli altri.

L'azienda agricola, in tutto 30 ettari, è biodinamica ed è associata al Bio Distretto Gramogliano nei Colli Orientali del Friuli, il primo bio distretto che raggruppa in un'area geografica ben limitata quelle attività che utilizzano, promuovono o producono prodotti bio. Tutti i vini Visintini, infatti, sono certificati biologici: gli unici interventi sulle uve consistono nell'utilizzo di presse pneumatiche (per pressature soffici), di impianti per il controllo delle fermentazioni per mantenere aroma e profumo e nella decantazione statica che permette una naturale limpidezza, ottenendo così vini tipici, freschi, fruttati, e morbidi.

**SI PUNTA A ENTRARE NEI MERCATI INTERNAZIONALI MA FUORI DAI NOSTRI CONFINI OGNI BOLLICINA DEVE SUPERARE LA CONCORRENZA DEL PROSECCO**

"Non è facile difendere un nome e un prodotto che non hanno una chiara e netta identificazione geografica con il sito di produzione, come hanno invece vini famosi in tutto il mondo, basti pensare a Montalcino e Barbaresco - commenta Visintini - Ritengo che la difesa della Ribolla friulana abbia bisogno di un'iniziativa programmata a livello regionale, ma anche di un sistema nazionale di tutela dei territori."

Francesca Gatti



Collavini di Corno di Rosazzo -. Abbiamo iniziato a sperimentare le bollicine nella ribolla negli anni '70 con il metodo classico in bottiglia ma poi, testando e imparando dagli errori, siamo passati alla fermentazione in autoclave applicandole i tempi più lunghi del metodo champenoise per salvaguardare qualità e caratteristiche di questo vino".

Un metodo che ha dato ragione all'azienda che oggi produce oltre 200.000 bottiglie l'anno di Ribolla e segna una crescita costante dell'interesse verso questa etichetta anche nel resto d'Italia. La storia dei Collavini è lunga e inizia a Rivignano nel 1896. Eugenio, il fondatore, forniva vini alle famiglie nobili e alle botteghe. La guida passò poi a Giovanni che attraversò due guerre, alla fine delle quali

## Le superfici (ettari) dei principali vitigni in Friuli Venezia Giulia Confronto tra 2006 e 2016

Fonte: elaborazione da dati CEVIO

Vitigno	2006	%
Merlot n.	3.949,31	21,0%
Pinot grigio b.	3.647,04	19,4%
Tocai friulano b.	1.875,10	10,0%
Cabernet franc n.	1.456,35	7,7%
Chardonnay b.	1.366,13	7,3%
Sauvignon b.	1.276,87	6,8%
Cabernet sauvignon n.	1.180,29	6,3%
<b>TOTALE</b>	<b>18.817,08</b>	<b>100,0%</b>

Vitigno	2016	%	Var. %
Pinot grigio b.	6.463,25	28,6%	77,2%
Glera b.	3.952,41	17,5%	-
Merlot n.	2.278,80	10,1%	-42,3%
Tocai friulano b.	1.579,22	7,0%	-15,8%
Sauvignon b.	1.354,20	6,0%	6,1%
Chardonnay b.	1.331,00	5,9%	-2,6%
Cabernet franc n.	1.016,78	4,5%	-30,2%
<b>TOTALE</b>	<b>18.817,08</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## Evoluzione delle superfici e delle produzioni di Ribolla gialla a Doc (Collio e Friuli Colli Orientali), nel periodo 2006-2015

Fonte: elaborazione su dati Valoritalia e Ceviq

anno	ettari	incremento	ettolitri	incremento
2006	153	-	8.646	-
2015	189	+23,5%	12.491	+44%

## Evoluzione delle superfici e delle produzioni di Ribolla gialla a Igt ("Delle Venezie" e "Venezia Giulia"), nel periodo 2006-2015

Fonte: elaborazione su dati Valoritalia e Ceviq

anno	ettari	incremento	ettolitri	incremento
2006	30,5	-	2.543	-
2015	184	+503%	24.209	+852%

## Evoluzione delle superfici e delle produzioni di Ribolla gialla a Doc e Igt in Fvg, nel periodo 2006-2015

Fonte: dati elaborati da Adriano Del Fabro

anno	ettari	incremento	ettolitri	incremento
2006	183,5	-	11.149	-
2015	373	+103%	36.700	+229%

LE NOVITÀ DI CEVIQ

## DOC FRIULI, VERSO IL RADDOPPIO DELLE CERTIFICAZIONI

Gli ultimi dodici mesi sono stati molto impegnativi per il Ceviq (Certificazione vini e prodotti italiani di qualità) di Udine. Tante le novità affrontate nel settore vitivinicolo e non solo, con molti appuntamenti e relazioni extraregionali, per l'ente presieduto da **Germano Zorzettig**.

«Con la vendemmia del 2016 - racconta il direttore, **Michele Bertolami** -, è iniziata la tanto attesa avventura della Doc Friuli. Nel primo anno di rodaggio, abbiamo certificato 220mila quintali di uva, con la certificazione del primo vino (un Pinot grigio biologico prodotto da un'azienda del pordenonese) effettuata nel novembre scorso e, nel luglio 2017, la certificazione della prima Ribolla gialla spumante di un'azienda di Bultrio. Per la vendemmia che sta per terminare, prevediamo un raddoppio delle richieste con, tra l'altro, un Friulano in gran spolvero».

**E, ora, è in arrivo la Doc del Pinot grigio Delle Venezie...**

Certo, anche se non abbiamo numeri disponibili o richieste di certificazione (è ancora troppo presto, anche se il primo Pinot grigio della nuova Doc è già stato certificato a Verona...). Ceviq, comunque, pure in questo caso, ha le carte in regola per rispondere alle eventuali necessità dei vignaioli. Nel luglio 2016, con il 33% di quote di nostra proprietà, abbiamo costituito la Triveneta Certificazioni srl (insieme con i colleghi del Veneto e del Trentino) che è stata riconosciuta dal Mipaaf nell'agosto 2017. Da parte nostra, ci occuperemo di certificare il Pinot grigio Doc Delle Venezie (figlio di un'ottima annata) e tutti i vini Igt "Tre Venezie", per quasi l'intero territorio regionale.

**Ma, da un po' di tempo in qua, vi occupate pure di certificare i prodotti biologici. Con quali risultati?**

Nel 2016 certificavamo circa 70 aziende bio che, a settembre 2017, sono diventate 125. Non è cresciuto solo il numero, ma anche la dimensione delle aziende che si rivolgono a noi. Siamo molto impegnati nel controllo delle imprese della trasformazione agroalimentare del vino, naturalmente, ma anche delle carni, del latte e della zootecnia in genere, fornendo i nostri servizi pure ad alcuni produttori siciliani, altoatesini e di altre regioni del Nord Italia.

**E per quanto riguarda la "gestione agricola sostenibile"?**

È un settore in piena espansione. Se, nel 2016, certificavamo con il marchio Sqnpi-Qualità sostenibile, 100 aziende, oggi siamo a 130, collocando il Fvg al terzo posto in Italia per quantità di uva "sostenibile" certificata. La sensibilità verso il tema della sostenibilità, tra l'altro, porta sempre più spesso i vignaioli che la attuano, a contraddistinguere le loro bottiglie con lo specifico logo (i primi del Fvg che l'hanno fatto sono stati presentati al Vinitaly di Verona, nell'aprile scorso).

**Dunque, una crescita che ha bisogno di nuovi spazi?**

Sì, dagli attuali uffici gentilmente concessi in uso dalla Cciaa di Udine, alla fine di ottobre, con i nostri 10 collaboratori, ci trasferiremo in uno spazio più grande, a Pradamano. Anche l'attuale sede staccata di Azzano X, troverà casa all'interno del prestigioso Palazzo Altan di San Vito al Tagliamento.

**Si fa un gran parlare, in questi tempi, della Ribolla gialla e della sua tutela. Lei che ne pensa?**

Posso dire che la prima cosa da fare sarebbe quella di eliminare la tipologia "Ribolla gialla" dalla possibilità di produrre lo stesso vino partendo da una base di vino "generico" (ex vino da tavola). Fatto questo sarà indispensabile trovare una forma di tutela adeguata affinché la Ribolla resti un vino esclusivo del Fvg.

Adriano Del Fabro



Michele Bertolami

LE ECCELLENZE - LA TUNELLA

## BIANCOSESTO IL GIUSTO MIX DEGLI AUTOCTONI

Per La Tunella di Ippis di Premariacco (con 70 ettari di vigneti), la Ribolla gialla in purezza è solo ferma. Un vitigno autoctono sul quale, in tempi non sospetti, l'azienda friulana ha puntato con decisione da oltre un decennio. «Su questo vitigno, che coltiviamo su 6 ettari, abbiamo fatto una scommessa aziendale e un progetto che ha portato alla creazione della nostra "Rigiolla", già nel 2006 - conferma **Massimo Zorzettig**, uno dei titolari -. Tra i bianchi autoctoni aziendali è quello che piace di più al mercato: è un vino fresco, minerale, con un bel nome. Per scelta, non la spumantizziamo, come non coltiviamo la Glera per il Prosecco. Il Pinot grigio va ancora bene per il mercato internazionale, ma vediamo comunque crescere la Malvasia e il Friulano, oltre alla Ribolla», aggiunge Zorzettig senza dimenticarsi di esprimere soddisfazione per la selezione di Wine Spectator che, nel 2016, ha inserito La Tunella nell'elenco delle migliori 100 aziende d'Italia.

Intanto, prosegue la valorizzazione dei cru monovarietali (vigna con menzione), partita tre anni fa. Il più importante è Col Livius (un Friulano prodotto da una vigna di oltre 25 anni), ma anche alla Ribolla del Col de Blis, viene dedicata una particolare attenzione, con rese molto basse, breve macerazione sulle bucce e fermentazione in botti grandi di rovere di Slavonia.

Ma il vino aziendale più significativo rimane il Bincosesto (attualmente sul mercato si trova l'annata 2015), un uvaggio composto, in maniera equilibrata, dai due autoctoni bianchi regionali per antonomasia: il Friulano e la Ribolla.

Tutti i vini de La Tunella sono incorniciati dalla Doc Friuli Colli Orientali che, dice Zorzettig «ci differenzia dalle zone di pianura e valorizza adeguatamente il lavoro artigianale di coloro che producono vino in queste zone». (a.d.f.)



Massimo Zorzettig



LE ECCELLENZE - VALLE

## PIONIERI DELLA RIBOLLA SPUMANTIZZATA

Nel giugno scorso, è stata certificata la prima Ribolla gialla (spumante), con la garanzia della Doc Friuli e la certificazione del Ceviq di Udine, presieduto da **Germano Zorzettig**. La novità esce dalle cantine dell'azienda vinicola di Gigi Valle di Bultrio. Un'azienda che, dagli anni '40, porta avanti la storia pionieristica del fondatore il quale, tra l'altro, oltre a essere stato uno dei primi enotecnici friulani, installò anche il primo impianto di imbottigliamento sterile del Friuli VG, in assenza d'aria. Dei 35 ettari vitati aziendali, 3 sono attualmente coltivati a Ribolla che, oltre alla versione "ferma" certificata Doc Friuli Colli Orientali, ora viene anche spumantizzata in proprio con la Denominazione Friuli (per un lotto di 50 ettolitri).

«È un vino nel quale crediamo molto - dice Paolo Valle -, tanto che continuiamo a piantare vigne di Ribolla puntando, soprattutto, sulla zona storica di Rosazzo. Vogliamo utilizzare la Doc Friuli poiché fa riferimento a un territorio preciso, conosciuto e diverso dagli altri dove si producono vini spumanti. In riferimento a ciò auspico che, quanto prima, prenda corpo il progetto della Ribolla Doc di cui tanto si parla. Questo vino autoctono ha bisogno di una tutela precisa per il bene del territorio e di tutti gli operatori seri. Il mercato è "caldo" anche se, a mio avviso, non è ancora decollato del tutto. Il prodotto non è molto conosciuto fuori dai confini regionali tanto che - conclude Valle - la commercializzazione è ancora molto regionale e, al massimo, italiana».

Poco prima dell'avvio ufficiale della commercializzazione, Valle ha consegnato circa 150 magnum della prima Ribolla gialla spumante Doc Friuli, con etichetta dedicata, all'Associazione degli Udinesi Club che, nell'ambito delle sue attività promozionali, ne farà omaggio ai propri associati. (a.d.f.)



LE ECCELLENZE - MONT'ALBANO

## VITICOLTURA TUTTA BIOLOGICA

L'azienda vinicola "Mont'Albano", fa parte della storia dell'agricoltura e della viticoltura biologica del Fvg e dell'Italia. Infatti, la prima bottiglia di vino "da uve biologiche", con quel marchio, è stata etichettata oltre trent'anni fa: nel 1985. Un tempo geologico per chi sa e conosce il (difficile e ostacolato) cammino che l'agricoltura e la viticoltura biologica hanno fatto nel nostro Paese e nel mondo. Basti ricordare che il "vino biologico" ha ottenuto il suo Regolamento comunitario solo nel 2012!

«Una partenza decisamente sofferta - ricorda il titolare, **Mauro Braidot** - ma che, comunque, ci ha fatto rimanere sempre nell'alveo della viticoltura biologica al 100%».

Nata come azienda di produzione a Colloredo di Monte Albano (da qui il nome), nel 1985, nel 1998, in seguito al successo dei suoi vini sul mercato e alla necessità di rispondere alle crescenti sollecitazioni, di fianco all'agricoltura, nasce la "Mont'Albano commerciale srl". Nel 2008, si crea una forte sinergia con la Casa Vinicola Sartori spa di Verona dove viene spostata completamente la parte di confezionamento e commercializzazione che oggi vende, annualmente, 2 milioni di bottiglie di vino bio in 50 Paesi del mondo. Nel 2010, la "Mont'Albano agricola", con anche un suo agriturismo, si stabilisce nella sede attuale, a Savorgnano del Torre. Oltre alla cantina, al punto vendita e alla vineria, ci sono 5 ettari di vigneti (Doc Friuli Grave) che producono Cabernet, Sauvignon, Friulano, Refosco dal peduncolo rosso, Verduzzo friulano e due uvaggi senza solfiti aggiunti: Perennio bianco e Perennio rosso.

«In futuro - aggiunge Braidot -, punteremo sempre più sulla produzione di vini friulani e sulla crescita della vendita diretta potenziando lo spaccio, la vineria, ma preparandoci pure, adeguatamente, alle vendite on line». (a.d.f.)



Mauro Braidot



L'ASSOCIAZIONE RAPPRESENTA 359 LAVORATORI

# IL "FASIN INSIEME" BATTE LA CRISI



TRIPLICATI I SOCI DI PAVIA DI UDINE IMPRESA IN 4 ANNI  
OBIETTIVO: CREARE OCCUPAZIONE E ABBATTERE I COSTI PER I CLIENTI



Quattro anni fa l'idea di abbandonare il celebre motto "Fasin di bessoi" per passare alla sua evoluzione, il "Fasin insieme" che ha messo da parte quell'individualismo un po' friulano per affrontare con più forza la globalizzazione e la concorrenza spietata di chi è meglio strutturato o di chi può offrire prezzi più bassi grazie a manodopera a minor costo e a tassazioni minori. Inseguendo questo principio, nel 2013 nasceva il network "Pavia di Udine Impresa", uno dei primi esempi in regione di rete di aziende dedicato alla cooperazione e non legato esclusivamente al territorio. Una collaborazione che ha portato i suoi frutti permettendo di presentarsi all'estero, in Inghilterra, Irlanda e Austria per esempio, e di saldare amicizie anche attraverso attività culturali, artistiche, di formazione e assistenza. Un lavoro di squadra fatto di confronti e incontri settimanali che ha permesso una crescita esponenziale del gruppo, cresciuto del 280% in questo quadriennio e passato dai 14 soci del 2013 ai 49 del 2017. «La nostra associazione oggi rappresenta 359 lavoratori e un fatturato di 45 milioni di euro - ci ha illustrato **Federico Dentesano**, presidente dell'associazione e titolare dell'omonimo salumificio -. Numeri considerevoli se si pensa che al suo interno sono inglobate associazioni e piccole e medie imprese locali, da quelle dedicate al comparto dell'arredo a

quelle dedicate ai servizi o all'enogastronomia, dal commerciale al professionale». «Siamo estremamente distinti e allo stesso tempo eterogenei - ha sottolineato soddisfatto il presidente -. Ci completiamo; è la nostra forza; ed è quello che ci serviva per allontanare una crisi iniziata 10 anni fa e per inseguire gli obiettivi dichiarati alla nascita di questo progetto: rilanciare artigianato e manifatturiero, creare occupazione in loco e abbattere i costi per i clienti».

Pavia di Udine Impresa sarà presente anche quest'anno alla Fiera Casa Moderna di Udine. Dal 30 settembre all'8 ottobre i soci occuperanno interamente il padiglione 9. «Ci presentiamo possibilmente sempre insieme - ha spiegato il referente -, anche durante le iniziative a carattere sociale, come Telethon o le raccolte fondi che organizziamo per sostenere La nostra Famiglia di Pasion di Prato. Pavia di Udine Impresa si basa su un rapporto di assoluta amicizia e fiducia tra imprenditori - ha concluso Dentesano, uno dei 5 soci fondatori di questa rete di imprese -. La nostra forza è data da questo principio, che è basilare per aumentare le economie, la promozione delle nostre aziende e difendere le nostre 359 famiglie».

IN CIFRE

**FATTURATO  
DI 45 MILIONI:  
+250% DAL 2013**

**Data di nascita:** 27 maggio 2013

**Acronimo:** Pa.Ud.Imp.

**Soci fondatori:** 5 (Andrea Grattoni - Mobili Casabella-, Giacomo Listuzzi - Fattoria di Pavia -, Andrea Pittia e Massimo Nonino - Carevan&Servis -, Diego Della Rica -Commerciale Pneumatici -, Federico Dentesano - Salumificio Dentesano SpA)

**Aziende associate:** 14 nel 2013 - 49 nel 2017

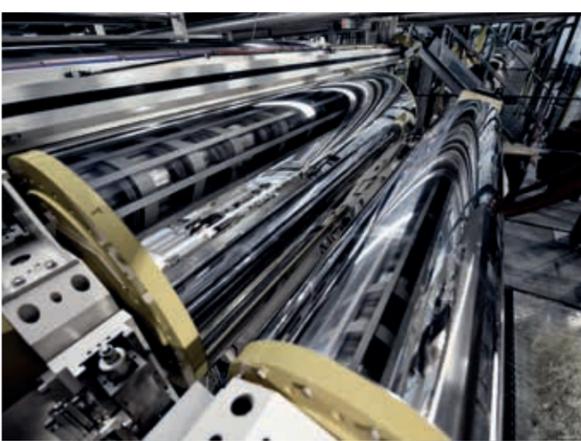
**Lavoratori coinvolti:** 70 nel 2013 - 359 nel 2017 (variazione + 280%)

**Istituto di credito (associato):** Banca di Credito Cooperativo di Manzano

**Fatturato annuo totale:** 14 milioni nel 2013 - 45 milioni nel 2017 variazione +250%

**Pagina Facebook:** 1045 followers (<http://www.facebook.com/paviadiudineimpresa>)

**YouTube:** Pavia di Udine Impresa  
Sito: [www.paviadiudineimpresa.it](http://www.paviadiudineimpresa.it)



AUMENTANO PRODUTTIVITÀ E SERVIZI AVANZATI

## AMB IN ASCESA RADDOPPIA LA PRODUZIONE

Alla luce del trend positivo dei risultati economici, del piano di investimenti pluriennale e di un avanzato modello di innovazione del prodotto, AMB Spa - azienda italiana e punto di riferimento internazionale per la realizzazione di film plastici multistrato destinati prevalentemente al packaging di alimenti - annuncia il nuovo piano di sviluppo e l'apertura di un secondo stabilimento, che affianca lo storico quartier generale di San Daniele del Friuli.

Il nuovo insediamento si trova ad Amaro, in quella che fu la sede della Coopca, supera i 25 mila metri quadrati che saranno destinati a produzione, logistica e uffici direzionali. La scelta di Amaro si deve anche al fatto che esso si trova in un'area ancora più vicina alle arterie che conducono ai principali mercati internazionali di AMB Spa. Investimenti pari a circa 6,6 milioni di euro uniti a scelte strategiche e operative hanno consentito di rendere il nuovo sito da subito operativo: a luglio 2017 c'è stato il trasferimento dell'area uffici e dell'area taglio del prodotto finito ed è unificata la gestione della logistica outbound. Il graduale aumento della capacità produttiva tramite l'acquisto e l'installazione di nuovi impianti di estrusione e della prima linea produttiva Cast si completerà entro il 2017 e permetterà di ottenere una produttività complessiva pari a 65 mila tonnellate, di cui 15 mila derivanti dalla nuova produzione di Amaro; cifra quest'ultima destinata a raddoppiare entro il 2018.

Dal punto di vista dell'occupazione, ai 230 dipendenti attualmente impiegati nella sede originaria di AMB Spa se ne aggiungeranno 41 per il secondo sito, che raggiungerà a breve quota 110 addetti.

L'investimento per l'espansione di AMB Spa nel biennio 2017-2018 è di 15 milioni di euro e permette di prevedere un fatturato 2017 che supera 100 milioni di euro (il fatturato del 2016 è di 89,3 milioni di euro). Per il turn over 2018 si punta a 113 milioni di euro.

«La crescita costante di AMB Spa e la volontà di essere partner strategici nei progetti di crescita dei nostri clienti - dichiara **Bruno Marin** - ci hanno indotto a trovare nuovi spazi produttivi e logistici, oltre che per il management. Il sito si trova in un'area geografica importante che consente velocità ancora maggiore nel raggiungere i mercati di riferimento. Alle positive ricadute occupazionali, all'aumento della produttività e della solidità offerta ai clienti, si conferma lo spirito innovatore che contraddistingue da sempre AMB Spa, con prodotti tecnologicamente performanti che coprono tutte le esigenze del cliente e servizi avanzati: dalla progettazione alla consegna del prodotto finito, ovvero alla sua completa gestione».

L'impegno di AMB Spa per una produzione sostenibile è costante e dimostrato dagli importanti progetti avviati nell'ultimo triennio. Progetti che sono diventati realtà e dettano il trend del mercato del packaging alimentare di qualità.

Oggi AMB Spa è in grado di produrre con materiali riciclabili monocomponenti, suddivisi in diversi strati e per diverse funzionalità. La capacità progettuale, organizzativa e produttiva permette di offrire al cliente una soluzione di packaging completa, dal fondo al coperchio, e un servizio di consulenza al cliente in ogni fase di realizzazione del proprio progetto.



Amb alla fiera Interpack dello scorso maggio a Düsseldorf

UN NEGOZIO CHE HA SEMPRE CREDUTO NEL CENTRO STORICO

## LA CROISSETTE BIGIOTTERIA DA 30 ANNI



PATRIZIA RIZZI HA PORTATO A UDINE IL BRAND BIJOUX CASCIO  
DIVERSE LE PROPOSTE MA TUTTE MADE IN ITALY

Il 4 dicembre spegnerà trenta candeline e ha sempre creduto nel centro storico come piazza più prestigiosa per il commercio, soprattutto nel settore dei bijoux. **Patrizia Rizzi**, titolare del negozio "La Croisette" in via Mercerie, è stata una delle prime commercianti a portare per la prima volta nel capoluogo friulano il brand Bijoux Cascio, che allora si vedeva solo nelle vetrine di Cortina, Ponte Vecchio a Firenze e Forte dei Marmi e oggi rappresenta invece un marchio molto conosciuto e apprezzato dalle sue clienti. Colorati, estrosi, originali, eclettici, grintosi, raffinati, non convenzionali. Mixano diversi stili e materiali, dai tessuti alle pietre, dai colori più vivaci a quelli più minimal alle perle per accontentare tutte le tipologie di clienti.

«Ho iniziato a lavorare come dipendente della storica ditta Aldo Conti che mi ha dato un'ottima formazione commerciale e amministrativa - racconta Patrizia Rizzi - ma continuavo a coltivare l'ambizione di aprire qualcosa di mio. Un giorno, mentre ero a Cortina - prosegue - ho notato un bellissimo negozio di bigiotteria ed era frequentato da molti personaggi della mondanità di quegli anni: ne sono rimasta affascinata e ho proposto all'azienda un franchising, uno dei primi a Udine». Cartier, Bulgari, Van Cliff: la "Bijoux Cascio" di Firenze aveva,

al tempo, la concessione di riprodurre i gioielli delle più prestigiose griffe del settore, in una bigiotteria di alto livello qualitativo, con cinque bagni d'oro, smalti a fuoco e pietre dure di pregio. L'azienda vantava pochissimi punti vendita e solo a gestione diretta e a fine anno Ottanta aprì il punto vendita udinese. «Nel 1987 l'impresa era trovare un negozio nel centro storico - ricorda la commerciante - ma con tenacia e tanta pazienza sono subentrata nei locali che prima ospitavano l'ottica Maestrutti, dopo due anni di pratica a Cortina».

**LE CLIENTI ARRIVANO ANCHE  
DAL VENETO PER ACCAPARRARSI  
UN PEZZO CHE NON HA NULLA  
DA INVIDIARE ALLE PIETRE VERE  
DELLE GRANDI CASE DI MODA**

Un successo. I primi anni, in venti metri quadrati di negozio, ci furono anche due commesse a dare una mano alla titolare Patrizia.



Le clienti arrivano da tutta la regione, anche dal Veneto per accaparrarsi un pezzo di bigiotteria che - visivamente - non ha nulla da invidiare alle pietre vere e delle grandi case di moda. Ma piano piano il commercio è cambiato: nuove mode e richieste, la necessità di adeguarsi rapidamente a nuovi stili e mercati, il cambio di prodotti, non più monomarca ma con diverse proposte, tutte, rigorosamente, Made in Italy. «È un settore che non ha risentito particolarmente la crisi - aggiunge la titolare - ma che richiede una costante attenzione, occorre stare al passo con i tempi e con le sfilate di moda».

Giulia Zanella

IL MORETTINO IN VIALE LEOPARDI E PIAZZA PRIMO MAGGIO

## GELATI NATURALI, SENZA COLORANTI

FATTURATO RADDOPPIATO "SENZA PUBBLICITÀ", DICE IL TITOLARE  
A 16 ANNI IL PRIMO LAVORO A DUSSELDORF, POI IL RITORNO IN FRIULI

Che sia alla curcuma, allo zenzero, alla crema o al cioccolato, l'ingrediente base per un buon gelato sembra essere soltanto uno: la qualità. Ma non è questo l'unico elemento a decretare il successo della gelateria Il Morettino in viale Leopardi a Udine, locale che fa il paio con Il Morettino 2 in piazza Primo maggio. A parlare della sua esperienza è il titolare, Mario Morico che spiega: "Siamo subentrati a una gestione partita oltre 50 anni fa, con alle spalle grandi gelatai. Ho iniziato a 16 anni lavorando a Dusseldorf, in Germania, sempre in una gelateria. Poi sono tornato in Italia e dopo un lavoro nella ristorazione ho aperto il Morettino in viale Leopardi. Questo è il terzo anno da quando abbiamo inaugurato questa sede mentre in piazza Primo maggio abbiamo aperto da un anno e mezzo. Abbiamo deciso di espanderci - spiega l'esercente - dato che la città ha risposto molto bene già alla prima gelateria e di questo dobbiamo ringraziare gli udinesi. Ci hanno aiutato tutti e stiamo crescendo. Abbiamo raddoppiato il fatturato rispetto all'anno scorso, e senza pubblicità". Il segreto, secondo Mario, è continuare a fare quello che ha sempre fatto. "Mi hanno insegnato così da giovane: le cose si fanno una volta ma bene, con naturalezza, guardando alla qualità con i piedi per terra e con passione". Una "ricetta"

che comporta una serie di scelte che pagano. Nei gelati del Morettino ad esempio non ci sono coloranti e c'è, soprattutto, tanta freschezza. "Alcuni clienti non ci credono. Una volta una signora ha visto una cassa di frutta in gelateria e mi ha chiesto per cosa fosse. Le ho risposto che è per il



Il titolare, Mario Morico

gelato e si è stupita". Ma se molti ignorano che si possano usare non solo sciroppi e preparati industriali, tutti si accorgono che i sorbetti del Morettino sono decisamente buoni. Infatti sono addirittura più apprezzati delle creme, le quali, normalmente, vanno per la maggiore. I clienti, tra l'altro, sono inclini alle novità. Da qui l'emergere di gusti particolari come la zucca o le bacche di goji. "La materia prima è sempre di stagione e non facciamo scorte di gelato, anche per motivi di spazio" - aggiunge Morico - . E poi, in tempi come questi dove l'attenzione verso l'alimentazione è alle stelle, risulta importante proporre anche qualcosa senza zucchero, magari dolcificato con lo sciroppo d'agave. Più in generale: "Scegliamo gli ingredienti andandoli a reperire dalle singole aziende produttrici" - racconta Mario. Ad affiancarlo in gelateria ci sono i due figli e la moglie, oltre a quattro dipendenti assunti a vario titolo. In particolare grazie alla consorte originaria di Trapani, al Morettino 2 si può trovare, oltre al gelato, ai semifreddi e al frappé, anche la granita siciliana. "Ogni giorno si impara qualcosa dalla risposta della persone. In questo modo - conclude l'imprenditore - si riesce a essere innovativi senza perdere la semplicità e la spontaneità nel nostro lavoro". **Emanuela Masseria**



UNA SEDE PER GLI SVILUPPI DELLA STAMPA E SOLUZIONI 3D

## IOPRINT, NUOVI SPAZI A PASIAN DI PRATO



Una sede pensata come luogo di scoperta del mondo dell'office automation: questo il nuovo passo per Ioprint, nata nel 2009 forte dell'esperienza ventennale dei fondatori, che venerdì 22 settembre ha inaugurato la nuova struttura di Pasián di Prato.

**"SIAMO PARTITI IN DUE IN UNO  
SPAZIO DI 20 METRI QUADRI. OGGI  
SIAMO IN 15 IN 1.500 METRI QUADRI".**

Si prospettano così sviluppi significativi non solo sul fronte dei prodotti e servizi offerti dall'azienda - dalla gestione documentale, alle stampanti multifunzione, ai prodotti per le arti grafiche, fino ai più recenti sviluppi della stampa e soluzioni 3D: «Per noi, partiti in 2 in un ufficio di 20 mq, ed ora in 15 su 1500mq, si tratta di una pietra miliare - spiega il titolare, **Gianfranco Romanello** -.

Investire in una nuova sede è poco usale nel nostro settore, dove si fa tutto su web; noi invece crediamo che sia fondamentale per il cliente toccare con mano le innovazioni che proponiamo, testarle, scoprirle. In una congiuntura in cui tutti tagliano i costi e tutto è digitale, è sempre più difficile trovare un partner che ti inviti a casa sua: invece è questo che noi vogliamo fare. E i nostri clienti, dal gruppo Bardelli all'Udinese calcio, lo apprezzano».

Un passo che va a porre un ulteriore tassello a un percorso di crescita che ha portato Ioprint a porsi in pochi anni come una delle aziende leader nel settore a livello regionale, diventando concessionario Xerox per il Fvg nel 2010, ottenendo nel 2012 la certificazione ISO 9001, e nel 2014 la certificazione Xerox XPPS, che premia le aziende specializzate nella gestione del flusso documentale. Nello stesso anno ha inoltre acquisito OfficeMarket, storica azienda friulana concessionaria del marchio Kyocera, rafforzando la sua posizione sul territorio.

Info su [www.ioprint.it](http://www.ioprint.it)

Chiara Andreola

IL SOCIAL VUOLE DIVENTARE IL PIÙ GRANDE DATABASE DEL SETTORE

# IL NETWORK DEGLI ARTISTI

TOKS È UN PORTALE MULTIMEDIALE DOVE CANTANTI E PUBBLICO SI INCONTRANO PER METTERE AL CENTRO LA CREATIVITÀ

Countdown per l'esclusivo evento organizzato da Toks Records, neonata etichetta discografica friulana, in programma nelle prossime settimane a Marano lagunare. Un'intera prima giornata dedicata alla musica in cui si esibiranno, dal mattino fino alla sera, nove band prodotte dall'etichetta, con un focus dedicato in particolare al gruppo High Jackers, che presenterà in anteprima il nuovo disco in uscita proprio in occasione del "The Toks Day". I concerti - The Mad Scramble (funk/soul), Parco Lambro (prog rock/jazz), Afar Combo (elettrici jazz), Reveers (brit pop rock), Giò (rock/pop Italiano), Simone Piva e i Viola Velluto (rock/pop Italiano), Rose (soul, r&b), Blue Cash (country, acoustic punk, rock) - si susseguiranno ininterrottamente nella piazza della Vecchia Pescheria sul palco montato per le esibizioni delle band. In apertura il dj Mr. Winston Douglas riscaldereà la platea, trascinandola per tutta la durata della kermesse musicale, che sarà seguita anche in Live Streaming via satellite sul portale toks.world, sito che ospita il social network realizzato dall'etichetta facendo interagire, in maniera innovativa, il mondo della musica e dell'arte in genere.

Ma cos'è esattamente Toks? "È un portale multimediale al servizio dell'espressione artistica, di chi la crea, chi la fornisce e di chi semplicemente la assapora - spiega l'amministratore delegato **Fabio Iamiceli** -. Un "art social network" dove il pubblico



(ossia toks, da "toc", parola friulana che significa "pezzo" il cui plurale diventa, appunto, "tocs") può curiosare e avvalersi di tutti gli artisti e locali che collaborano nell'organizzazione di spettacoli, concerti, cene, mostre. Insomma, un contenitore di informazioni su chi crea e chi propone arte in cui si mette sempre al centro l'esperienza artistica".

Mixando il potere dei social, "Toks" - disponibile in cinque lingue, ci si registra anche da facebook - si candida a diventare il più grande database internazionale di artisti, musicisti e pittori. Uno strumento di condivisione che da anche

**È STATA ORGANIZZATA ANCHE UNA GIORNATA A MARANO DEDICATA ALLA MUSICA IN CUI SI ESIBIRANNO NOVE BAND**

una mano ad esercenti e ristoratori a districarsi tra l'enorme potenziale offerto dai nuovi talenti. Chi si iscrive potrà postare nel proprio "profilo artista" video, foto, collegamenti con I Tunes e Spotify, aggiungendo descrizioni e recensioni. L'app "georeferenziazione", inoltre, consente di scoprire i locali che ospitano spettacoli nella città in cui ci si trova.

L'idea della "vetrina digitale" - in cui gli artisti espongono le opere e organizzano eventi in collaborazione con i locali che li ospiteranno - nasce da **Stefano Taboga**, produttore e cantante del gruppo "The mad scramble", e dal collettivo di musicisti "The high jackers", supportato dalla consulenza di Fabio Iamiceli. L'aspetto tecnico è curato da Intercom Solution, grafica e logo realizzati da Visual **Giorgio Dibernardo** e **Chiara Endrigo** di Visual Display.

Rosalba Tello

NEL CUORE DI UDINE

## IDEE E DESIGN PER IL BRAND E LA COMUNICAZIONE

CREACTIVA LAVORA PER IL MARKETING DELLE IMPRESE GRAZIE A STRUMENTI DIGITALI CREA STRATEGIE SU MISURA

25 anni di esperienza in comunicazione d'impresa e 15 nella comunicazione digitale farebbero pensare ad uno studio tutt'altro che nuovo. Eppure Creactiva, che ha sede nel cuore di Udine, è una nuova realtà, nata si dalla metamorfosi di una nota agenzia pubblicitaria, ma completamente rinnovata nell'attitudine: lavorare al fianco del marketing delle imprese, soprattutto del comparto industriale, per offrire consulenze creative per la comunicazione e per il brand design. La missione di Creactiva è, mediante competenza in tutti i settori della comunicazione ed in particolare nell'utilizzo degli strumenti digitali, creare strategie di branding basate su idee straordinarie e design innovativo, per dare nuovo impulso al marketing e all'immagine aziendale. I servizi di Creactiva si concretizzano principalmente su 9 aree creative, dove, grazie anche ai partners altamente qualificati, l'idea strategica prende forma: Logo - progettazione grafica di loghi,

marchi, icone, orientati all'utilizzo sui supporti digitali; Brand - sviluppo grafico di brand identity, corporate identity, strategie di re-branding; Adv - creatività e graphic-design per l'advertising e per il web marketing; Pack - brand packaging design: progettazione grafica di etichette, astucci, espositori, imballi; Web - web-design per siti internet, e-commerce, applicazioni; Event - progettazione grafica di eventi, abbigliamento grafico di stand fieristici e di spazi espositivi; Movie - ideazione di video presenter, motion graphic, 2D/3D animation; Print - impaginazione grafica di stampati vari: company profile, leaflet, cataloghi, listini, schede, gadget, cartotecnica; Digit - idee e design per la digital communication: cataloghi digitali, slideshow, landing-page, newsletter. Svariate attività ma con un unico costante denominatore: dev'essere creativo! (www.creactiva.it)



LA FIRMA DELL'ACCORDO

## CONTRATTO INTEGRATIVO NELL'EDILIZIA



Un nuovo punto di partenza dopo che la crisi ha messo in ginocchio il comparto, dimezzandolo in meno di 10 anni (sia in termini di addetti che di aziende). Ripartono dal contratto integrativo le imprese industriali del settore edile (400 quelle attive in Friuli Venezia Giulia sotto il 'cappello' ConfApi, che danno lavoro a circa 2.500 persone).

«Siamo riusciti a trovare una sinergia tra datori di lavori e parti sindacali per andare avanti nonostante le difficoltà - ha chiarito il capogruppo degli edili di ConfApi, **Denis Petrih** -. Le maestranze sono sempre di meno, non c'è un ricambio generazionale e le imprese faticano ancora ad avere accesso al credito: per questo

**CONFAPI E SINDACATI VOGLIONO VOLTARE PAGINA: "DOPO AVER TOCCATO IL FONDO, ORA IL COMPARTO PUÒ SOLO RISALIRE"**

è importante tutelare chi continua a operare sul nostro territorio. Anche perché andare all'estero non è possibile».

La firma dell'accordo, attesa da 10 anni, è avvenuta nella sede di ConfApi Udine alla presenza dei segretari regionali di Filca Cisl, Fillea Cgil e Feneal Uil, di alcuni imprenditori del settore e della direttrice Lucia Piu.

Di «ottima notizia» ha parlato **Mauro Franzolini** della Feneal Uil, rimarcando come «dopo aver toccato il fondo, ora il comparto può solo risalire». Per riuscirci, però, bisogna puntare di più sul recupero delle costruzioni già esistenti, anche da un punto di vista energetico, sperando anche in un supporto della parte pubblica.

**Emiliano Giareghi** di Fillea Cgil ha sottolineato come sia arrivato il momento di voltare pagina: «L'alibi della crisi non può più reggere: dobbiamo avere coscienza del fatto che l'edilizia, come l'abbiamo conosciuta, non tornerà più, pur restando un comparto strategico. Questa integrativo - ha concluso - vuole essere un investimento di territorio per preservare il settore e le maestranze». Infine **Gianni Barchetta** della Filca Cisl ha voluto porre l'accento sulle cose che ancora restano da fare dopo l'accordo sull'integrativo: lavorare sulla sicurezza nei cantieri («la crisi ha dimezzato imprese e addetti ma non gli infortuni», ha detto) e puntare sulla formazione del personale.

Un accordo, quello dell'integrativo, raggiunto a livello regionale, che ora dovrà essere declinato a seconda delle varie esigenze provinciali. Tra le novità che introduce, c'è un incremento salariale fino a un massimo del 4% sui minimi tabellari in qualità di retribuzione variabile (in presenza di indicatori territoriali di settore positivi), con l'aggiornamento degli istituti contrattuali della trasferta, del trasporto e dell'indennità di mensa e con l'introduzione dell'indennità di guida come nuovo elemento retributivo.

La volontà di concentrarsi sul rilancio del settore in un'azione congiunta, ha poi spinto le parti a prevedere la costituzione, entro la metà del 2018, di una commissione paritetica di conciliazione, finalizzata a evitare contenziosi in materia di lavoro relativamente alle modalità di applicazione dei contratti collettivi di lavoro.

Alessandro Cesare



DONNA IMPRENDITRICE (CAROLA RODOLFI KUBALL)

## MARCHI AZIENDALI IN MOSAICO CONTEMPORANEO



THE MISSINGPIECE SI È AFFERMATA NEL CAMPO DELLA CREATIVITÀ

Si chiama TheMissingPiece l'impresa artigiana di arte del mosaico creata da **Carola Rodolfi Kuball** perché, come racconta lei stessa, "siamo sempre alla ricerca di qualcosa che ci manca: nel mio caso era il mio lato creativo a cui ho dato voce dopo un lungo percorso. Mi piace pensare che ciò che realizzo incontri la sensibilità di chi lo sceglie: un gioiello, un quadro, un oggetto per la casa".

Nata in Germania nel 1976 da mamma tedesca e papà friulano, Carola ha fatto le scuole tra i due paesi per poi diplomarsi al liceo classico Stellini di Udine. Durante l'università - le mancavano 4 esami per laurearsi in Scienze internazionali e diplomatiche - diventa mamma per la prima volta e oggi ha quattro figli.

"Quando il più piccolo ha finito la scuola materna, ho deciso di prendere un periodo per me e ho frequentato per tre anni la scuola mosaicisti del Friuli. Da questa esperienza è nata la passione e anche l'idea imprenditoriale: era un sogno che avevo da sempre del cassetto, ma prima di allora non mi sentivo pronta per un percorso professionale".

Carola ha lavorato due anni alla ristrutturazione del laboratorio in via Molin Nuovo nato da uno spazio al grezzo per cui ha disegnato il progetto e collaborato con piccoli artigiani locali per la realizzazione. Le creazioni di Carola sono oggetti contemporanei, gioielli, cinture,

segnalibri, fermacarte e complementi d'arredo che interpretano il mosaico cercando di svecchiarne l'immagine ancora legata al passato e all'arte antica.

"Voglio che il mosaico diventi un oggetto giovane, artistico ma allo stesso tempo facile da comprendere, quotidiano." Anche il packaging è studiato con questa filosofia: le scatole dei gemelli, per esempio, sono ispirate al mondo del cibo take away.

Carola si rivolge anche al mondo delle imprese realizzando marchi aziendali in mosaico contemporaneo: si tratta di pannelli in legno fresati e laccati lavorati rigorosamente con materiali artigianali che arrivano da Venezia (Fornace Orsoni) per il mosaico a foglia d'oro e da Spilimbergo (Donà & Figli) per gli smalti colorati.

Il target? Le aziende interessate a valorizzare il proprio marchio, come il logo realizzato per la nuova redazione di Telefriuli, ma anche falegnamerie o studi di architettura e interior design a cui proporsi per eseguire decorazioni e lavorazioni speciali.

Carola ha recentemente presentato alle scuole di Udine il progetto "Mosaic lab for happy people from 0 to 99" che promuove l'attività creativa del mosaico con due tipologie di percorso: breve con una giornata in laboratorio oppure tre incontri dedicati a storia e realizzazione pratica del mosaico. [www.themissingpiece.it](http://www.themissingpiece.it)

Francesca Gatti

ETICA&ECONOMIA

## ETICO È CONTRIBUIRE A FAVORIRE IL LAVORO

*Non c'è alcun dubbio che una delle questioni centrali sulle quali si concentreranno anche le ormai imminenti campagne elettorali nazionale e regionale, ma soprattutto il nostro futuro, riguarderà il lavoro.*

*Recentemente l'Istat ha fornito dei dati confortanti, ergo verrebbe da pensare che il mercato ha favorito nuova domanda di lavoro. È così? Analizziamo alcuni aspetti: la riforma del lavoro del 2014 qualche frutto lo ha dato, il jobs act qualcosa ha determinato. Le imprese hanno ricominciato a investire ritenendo che sussistano nuove opportunità nel mercato. Le riforme regolano il mercato del lavoro, i vantaggi contributivi e fiscali spingono le aziende ad assumere, ma ciò che serve più di ogni altra cosa è la domanda. E senza una richiesta crescente di prodotti il lavoro manca.*

*Le imprese devono favorire il turnover ed evitare di andare a produrre all'estero, ma di pari passo devono ripartire i consumi. La recente stagione estiva calda e caratterizzata dal bel tempo e il terrorismo (che ci risparmia) hanno determinato un vero e proprio boom in regione e in Italia. È evidente che è merito anche di chi amministra e promuove il territorio e le sue ricchezze. L'export va bene, possiamo dire continua ad andare bene (Fincantieri e Danieli su tutti) e va favorito senza indugio per tutti i settori.*

*In questo periodo un altro dato favorevole giunge dagli aiuti fiscali e da quanto legato a Industry 4.0. Gli investimenti sono ripartiti.*

*Siccome è un nodo anche economico occorre rilevare, finalmente, i passi positivi compiuti nella gestione dell'immigrazione in Italia. Insomma ci sono segnali concreti, situazioni che possono determinare una nuova fiducia nelle famiglie e nei consumatori. La domanda interna va, quindi, sostenuta e i risparmi (tanti) giacenti nelle banche possono risultare decisivi per un'uscita definitiva dalla crisi quasi decennale che ancora viviamo.*

*Etica è favorire il lavoro, e tutti hanno la possibilità di contribuire a farlo: politica, istituzioni, PA, imprese, banche, finanza, cittadini.*

*Il nostro Pil è cresciuto come in quasi tutti Paesi occidentali anche grazie agli interventi delle banche centrali che hanno favorito il contenimento dei tassi d'interesse e la liquidità. Adesso occorre procedere con le nostre gambe.*

*Su cosa puntare? Innovazione tecnologica e formazione. Già oggi mancano certe professionalità tecniche per cui si pensi al futuro con creatività, preparazione, specializzazione e professionalità.*

Daniele Damele

GIOVANE IMPRENDITORE (ROBERTA DEBELLIS)

## MECCANICA DI PRECISIONE... AL FEMMINILE

Da piccola realtà artigianale a moderna azienda del settore della meccanica di precisione. In quasi quarant'anni di attività la Dierre srl, di Collalto di Tarcento ([info@dierre-srl.com](mailto:info@dierre-srl.com)), è diventata una impresa di riferimento, in grado di fornire lavori di alta specializzazione sartoriale della produzione.

Lavorazioni di tornitura, fresatura e rettifica di particolari meccanici complessi e il montaggio di particolari meccanici rappresentano il core business dell'azienda. Le materie prime utilizzate sono molto diverse, si passa da acciai inossidabili, acciai speciali, a rame, alluminio, bronzo, ghisa, ottone, fino alle materie plastiche.

Un vertice tutto al femminile guida l'azienda, che oggi conta più di venti dipendenti. L'azienda era stata fondata da Roberto Debellis nel 1980 e, in seguito alla sua prematura scomparsa, è stata portata avanti dalla moglie Mariarosa Feruglio Debellis e dalla figlia Roberta. Dopo la laurea, la giovane Roberta decide di impegnarsi nell'attività di famiglia assieme alla madre.

Primo step la responsabilità dell'amministrazione e del personale. Per il secondo step, sta affrontando percorsi formativi avanzati per diventare un'imprenditrice strutturalmente preparata. Oggi, come allora, la filosofia aziendale si basa sulla centralità del cliente e sulla qualità.

La ricerca della qualità assoluta contraddistingue ogni fase del ciclo

produttivo, dal reperimento delle migliori materie prime sul mercato, all'accuratezza delle lavorazioni meccaniche, ai controlli finali.

Ogni stadio del processo viene verificato applicando rigorosi protocolli qualitativi, come i collaudi funzionali effettuati sui lotti in uscita con l'utilizzo di sofisticate strumentazioni di misura.

L'attività si sviluppa da sempre in un'ottica di miglioramento permanente del know-how, delle tecnologie e dell'efficienza produttiva, nella valorizzazione della professionalità e delle competenze del team.

Tra i clienti dell'azienda, ci sono colossi dell'industria siderurgica e meccanica. Opera in Italia e sul mercato europeo che da qualche anno registra una costante crescita facendo ben sperare per il futuro.

Mara Bon



Roberta Debellis e la madre Maria Rosa

IMPRENDITORE STRANIERO (LEON ISLAM)

## IL MINIMARKET CROCEVIA DI CULTURE



Riceve sempre i clienti con un sorriso, "perché questo è obbligatorio per chiunque abbia un esercizio commerciale". Giovane, ma determinato, il 28enne Leon Islam, originario del Bangladesh, dove è nato nella piccola città di Gaibandha, cittadino italiano da un anno, gestisce nel tardo pomeriggio e la sera il negozio in piazzetta del Pozzo 5 a Udine, del quale è titolare la moglie, Amina Khan Rumpa. Si potrebbe chiamarlo "multi-store", perché offre un ventaglio di servizi molto diversi: si va dai generi alimentari all'Internet point e alle cabine telefoniche, passando per le fotocopie e per il trasferimento di denaro all'estero (con Ria, Western Union, Moneygram). E poi la frutta e la verdura, i distributori di bevande fresche e calde "take-away". Schivo e piuttosto riservato, Leon sorride anche davanti alla vetrifania colorata con la scritta "Leon minimarket", perché il negozio prende il nome proprio da lui. "Una piccola attività", si schermisce. Sarà anche piccola, ma Leon pensa in grande. Lavora nella Zona industriale udinese come operaio specializzato in macchine Cnc (controllo numerico), materia che ha studiato per tre anni alla scuola superiore a Cividale, ma ha la stoffa dell'imprenditore e del manager. "Ho intenzione di ampliare il business, aprendo un altro negozio di

alimentari in viale Leopardi".

Arrivato in Friuli nel 2004, ottimo inglese e oggi italiano perfetto, Leon si trova bene a Udine, ormai la sua seconda patria. "Qui risiede tutta la mia famiglia - dice -, i miei genitori e i fratelli". Padre di una bambina di 2 anni e mezzo, Liyana, Islam è convinto che "per essere un bravo manager serve l'onestà; bisogna guadagnarsi la fiducia della gente e di chi lavora con te". Di collaboratori ne ha due, uno proveniente dal Bangladesh e l'altro da Pakistan. Lo "store" è un crocevia di culture, frequentato da stranieri e anche da italiani. Sui scaffali del negozio si trovano profumate spezie esotiche, cibi dai Paesi di tutto il mondo, diverse varietà di Dal, molti oli diversi, anche rari e speciali. In un frigorifero, pesce e carne surgelata. In arrivo anche un altro congelatore, per latte, formaggi e yogurt. **Alberto Rochira**





## RISTORANTE DEL MESE

# RIAPRE AL LEPRE E LA QUALITÀ RITORNA IN TAVOLA

«Scusi, fate anche il risotto?». La signora appena uscita dal parrucchiere sorride quando le rispondono che sì, fanno anche il risotto. E lo fanno alle sette di sera, proprio come una volta, "happy hour" prima che lo chiamassero così. Hanno riaperto Al Lepre, è stato un rapido passaparola a partire da fine agosto. I nuovi gestori, dopo quindici anni di porte chiuse sotto la storica insegna, sono partiti (anche) da lì, dal risottino prima di cena.

Quella che, assieme al Roma e alla Speziaria, è stata una delle osterie di culto della Gran Via, così veniva chiamata Poscolle, rinasce quando nessuno se l'aspettava più. Ci ha pensato Roberto Montina, titolare assieme alla sorella Elena, a provare a ricostruire, se non l'insegna (introvabile), certamente lo spirito. Non era possibile, per questioni pratiche, riprodurre la stessa "geografia" di un tempo (il bancone si trova oggi dalla parte opposta), ma le foto giganti della Udine che fu appese alle pareti riportano a una storia, quella della trattoria Al Lepre (al maschile dal friulano gneur), lunga poco meno di un secolo: dalla fondazione del 1908 targata Sisto Tavano, falegname di Sclaunico venuto in città per fare l'oste, all'ultima gestione del nipote Renato (battenti chiusi il 31 dicembre 2002), passando attraverso Tito (la generazione di mezzo), centromediano dell'Udinese anni Trenta.

Si chiama MCM la società di Roberto ed Elena. Con lo sbarco in centro, contano di ripetere il successo di quel Gustà che, tra i negozi del Città Fiera (dove i due fratelli hanno anche il Quality Bar), ha avvicinato una clientela appassionata della qualità a tavola. «La nostra proposta, pure Al Lepre, spazia dalla carne al pesce, dalla cucina friulana a quella mediterranea», spiega Elena che si è affidata allo stesso chef di Gustà, Massimo Quintavalle.

Da fine settembre trova spazio il menù autunnale. Confermati i piatti portanti - dai taglieri di salumi e formaggi made in Friuli ai tagliolini al San Daniele, dai cjarsons de Val dal But agli spaghetti fatti in casa alla busara di scampi, dallo stinco alla tagliata di Pezzata rossa -, Massimo ha introdotto, tra gli altri, flan di finferli con speck croccante del Vajont e fonduta di malga, burrata di bufala con acciughe del Cantabrico, concassé di pomodorini e pestato di basilico, paccheri con bocconcini di tonno, taggiasche, capperi e pomodorini, maltagliati al cacao con cinghiale in salmi, gnocchi di zucca fatti in casa con fonduta di montasio e ricotta affumicata in cestino di frico friabile, trancio di spada alla Mediterranea con caponata di verdure.

Il locale ospita due sale, una più grande, una più riservata, per una cinquantina di coperti, ma si propone anche per gli aperitivi. Molto ampia la carta dei vini, con escursioni pure in altre regioni (dal Franciacorta a Trento Doc all'Oltrepò Pavese per restare agli spumanti, non mancano Amarone, Sassicaia, Barbera, Barolo, Brunello di Montalcino) e all'estero, con etichette tedesche, spagnole e francesi. Si apre al mattino alle 11 con chiusura attorno alle 16, quindi si riparte alle 18 per la cena. Per le prenotazioni: 0432/513372.

Marco Ballico

## OSTERIA DEL MESE

# "VECCHIA PRETURA" SAPORI LEGATI ALLA STAGIONALITÀ

Per i codroiesi è un locale conosciuto, la "Vecchia Pretura". Per il viaggiatore non del luogo, invece, l'enoteca deve essere "ricercata" poiché l'ingresso è situato all'imbocco di via Verdi (n. 7/11), poco prima della piazza principale della capitale del Medio Friuli e, da circa vent'anni, occupa gli antichi spazi dell'ex Pretura al cui fianco scorre pure la roggia.

D'estate è molto godibile il piccolo, ma ben curato giardino, e il portico interno sotto il quale si incontra l'attuale responsabile della gestione, Francesco Piagno. Un ristoratore con esperienze passate in prestigiosi locali di San Vito al Tagliamento, Grado e Spilimbergo. Proveniente da Sesto al Reghena, Francesco è approdato alla "Vecchia Pretura" nel marzo del 2017.

«Appena arrivato - spiega -, mi sono subito rimboccato le maniche per riuscire a entrare in empatia con i codroiesi, iniziando dalla riformulazione dell'orario di apertura nell'ottica della massima disponibilità al servizio: una caratteristica importante, credo, per tutti coloro che si occupano di ristorazione e ospitalità. Così, attualmente, apriamo le porte dell'enoteca alle 10 e le chiudiamo alle 22, con una pausa "discrezionale" (dipende dai clienti...), nel primo pomeriggio».

La proposta culinaria dell'enoteca è semplice, ma puntuale, con un corretto rapporto qualità-prezzo. Tra primi e secondi, la scelta non sale oltre la decina di piatti. Le materie prime sono legate alla disponibilità stagionale, gli ingredienti sono sempre freschi e la cottura espressa. Il variare delle stagioni, però, non modifica i due punti fermi della cucina di Francesco: la cotoletta alla milanese e i calamari fritti, sempre disponibili, abbondanti questi ultimi, non unti, freschi e deliziosi. La selezione dei taglieri di salumi e formaggi prevede solo scelte di qualità tra i migliori produttori artigianali regionali.

Dunque, se vi accomodate su una delle 30 sedie della "Vecchia Pretura", non aspettatevi di trovare un menù fisso, ma attendete l'elenco dei piatti disponibili in giornata dalla viva voce di Francesco o di Caterina.

**E, per quanto riguarda i vini, che cosa si deve aspettare il vostro cliente?**

«Proponiamo una scelta fra circa un centinaio di etichette di vini fermi e frizzanti. Il 70% circa provengono da aziende della zona collinare del Fvg: Colli Orientali e Collio (anche i vini della casa sono coltivati in Collio). La restante parte proviene dalle altre regioni italiane (Prosecco di Valdobbiadene compreso), con qualche puntata nello Champagne».

**Ma il consumatore di Codroipo, cosa chiede di versare nel suo bicchiere?**

«Il vino più richiesto qui, resta il Friulano - mi confida Francesco -. Poi ci sono il Prosecco e la Ribolla gialla spumante (la versione ferma è scelta da pochi). Tra i rossi, le preferenze si indirizzano sul Cabernet e Cabernet sauvignon». La "Vecchia Pretura" (mobile: 338 5345243) è chiusa solo la domenica. [Adriano Del Fabro](#)



Francesco Piagno

## BIRRA DEL MESE

# GOLDEN ALE NATA DALLA FILIERA "100% FURLANE"

Un ente regionale, una rete di produttori e un istituto agrario come ingredienti di una birra: questo il circolo virtuoso che si è creato in Fvg tra Ersà, Asprom, e l'Istituto agrario Sabbatini di Pozzuolo. Da anni lavorano sul fronte della produzione locale di birra curando l'intera filiera; e in occasione di Friuli Doc hanno presentato la "100% Furlane", golden ale realizzata con materie prime locali e brassata nell'impianto turnario dell'Asprom.

«Le birre sono nella nostra sfera di attenzione da oltre sette anni - spiega Sonia Venerus di Ersà - quando abbiamo iniziato, insieme ad altri, a guardare alla coltivazione del luppolo e diverse varietà di orzo. L'obiettivo era sviluppare l'intera filiera a livello regionale come valore aggiunto: in particolare stiamo lavorando sui luppoli».

Nel 2010 è partito il progetto Futurbioerbe, in cui è stato valutato il comportamento di 22 specie di luppoli: «Non sono mancate le difficoltà - spiega la ricercatrice Elena Valent -, come l'assenza di prodotti fitosanitari registrati per il luppolo e gli eventi climatici estremi. Ma alcune varietà hanno risposto bene, soprattutto cascade e magnum, utilizzati nella "100% Furlane". Abbiamo avuto contatti con diversi birrifici artigianali friulani, che hanno acquistato il nostro luppolo e assicurato che la resa è stata molto alta».

E mentre la ricerca prosegue, ci si muove anche sul fronte del malto: «Come Asprom - riferisce il presidente Alido Gigante - abbiamo una produzione di circa 8000 quintali annui di orzo per 80 aziende, e ci appoggiamo a malterie italiane che garantiscono la tracciabilità. Per ora produciamo solo malto pilsner, ma l'obiettivo è di produrne anche altri». Tra le ditte rifornite c'è la Castello, mentre non ci sono a oggi rapporti con piccoli birrifici che, spiega Gigante, generalmente acquistano quantità ridotte di questo malto o preferiscono malterie che forniscano loro anche altre varietà; né per ora si è concretizzato il progetto di micromalteria di cui anche i birrifici artigianali potrebbero beneficiare, in quanto «è difficile pensare a una sostenibilità economica al di sotto dei 100.000 quintali annui. Però il Friuli è terreno tale da attirare l'interesse di grandi aziende, per cui non è detto che non si raggiunga in futuro questa soglia».

In tutto questo si inserisce l'importanza della formazione, dato che dall'Istituto Sabbatini escono le figure professionali anima del settore: «Già dagli anni 90 disponiamo di un impianto per la produzione della birra - riferisce la prof. Cristina Bomben -, e collaboriamo con Ersà, Asprom e Università di Udine per la coltivazione di orzo luppolo, e con le aziende per l'alternanza scuola-lavoro. Tra gli ultimi diplomati, tutti coloro che hanno scelto di non proseguire gli studi hanno trovato lavoro: per cui credo di poter affermare che formiamo quello che è il futuro delle aziende agricole e dei birrifici». [Chiara Andreola](#)



IN DIECI ANNI SONO NATE 54 COOPERATIVE SCOLASTICHE

# FARE IMPRESA SUI BANCHI DI SCUOLA

IL PROGETTO DI SIMULAZIONE D'AZIENDA PROMOSSO DA CONFCOOPERATIVE È STATO CONSIDERATO UN MODELLO A BRUXELLES



Parte da lontano il progetto friulano di simulazione d'impresa in classe promosso da Confcooperative FVG che è stato considerato come un modello a Bruxelles. Dall'anno scolastico 2005/2006 fino al giugno scorso in tutto il Friuli Venezia Giulia sono infatti nate, nello specifico, 54 cooperative scolastiche, indicate come una delle "best practice" europee nell'ambito dei "Reves Excellence Award 2017". Un esempio insomma, degno di essere presentato al Comitato delle Regioni, insieme ad altri 16 progetti premiati in tutta Europa. L'iniziativa riunisce 350 regioni e città dei 28 paesi membri dell'Unione europea e si pone l'obiettivo di evidenziare i migliori esempi di partnership tra le autorità pubbliche locali e le reti imprenditoriali, in particolare quelle dell'economia sociale, che ha nella cooperazione uno dei propri migliori esempi. Le "Associazioni cooperative scolastiche" friulane hanno preso piede nelle scuole superiori, anticipando prima e consolidando poi il processo della cosiddetta alternanza scuola-lavoro che sta avvicinando il mondo dell'impresa a quello studentesco. «Uno sforzo organizzativo enorme reso possibile dall'investimento fatto negli anni nel nostro ufficio di Educazione cooperativa, che ha permesso di coinvolgere in questa attività 10 scuole e ben 2.431 studenti», racconta Nicola Galluà, segretario generale di Confcooperative Friuli Venezia Giulia. «Il riconoscimento europeo è sicuramente prestigioso, e ci sprona a fare sempre di più: accanto alle simulazioni d'impresa svolgiamo un'ampia serie di attività in partnership con i numerosi istituti scolastici con i quali collaboriamo sull'intero territorio regionale, e ogni anno raggiungiamo con le nostre attività poco meno di 3.000

studenti, portando loro esempi concreti di come si può fare impresa e produrre valore per le proprie comunità: coniugare questi due principi è uno dei valori aggiunti del movimento cooperativo», spiega invece Flavio Sialino, vicepresidente regionale di Confcooperative con delega alle politiche comunitarie, alla guida della "delegazione" che ha presentato l'iniziativa a Bruxelles. Molte delle realtà nate fra i banchi scolastici si radicano poi nel territorio, andando a richiamare culture e arti che, talvolta, rischiano di essere dimenticate. Al Cefao - Centro per la formazione agricola permanente di Tolmezzo - , ad esempio, gli studenti della classe Q3 hanno costituito un'impresa "simulata" di intagliatori del legno. La ditta è stata chiamata "I Guriuz", dal nome dei folletti burloni che popolano le montagne della Carnia. I giovani soci hanno discusso ogni aspetto del progetto e insieme hanno preso le decisioni per arrivare all'elaborazione di un proprio logo, alla creazione di una pagina Facebook per promuovere le proprie creazioni per le festività natalizie, alla produzione vera e propria degli oggetti in legno.

Emanuela Masseria

LA NOVITÀ

## LA CCIAA COINVOLVE LE IMPRESE

Otto istituti liceali interessati, otto insegnanti referenti e interlocutori di esperti e tutor, un centinaio di studenti e una trentina di imprese del territorio coinvolte nel nuovissimo progetto sperimentale di alternanza scuola lavoro ideato dalla Camera di Commercio di Udine insieme all'ufficio scolastico della provincia e le scuole stesse.

La Camera è già al lavoro per avviare il percorso, che prevede un nuovo approccio, efficace e innovativo, in fatto di alternanza, con i ragazzi che, con il supporto di tutor esperti, saranno portatori di innovazione all'interno delle imprese. In questa fase saranno individuate proprio queste ultime, che diventeranno le prime a mettere in pratica il progetto, pronto a concretizzarsi con 60 ore in azienda e 90 ore complessive in cui gli studenti saranno impegnati nel progetto.

SCUOLALAVORO.REGISTROIMPRESA.IT

## IL PUNTO D'INCONTRO TRA STUDENTI E AZIENDE



Si arricchisce di nuovi percorsi di incontro tra scuole e aziende il registro dell'alternanza scuola-lavoro, online all'indirizzo <http://scuolalavoro.registroimprese.it/>. Basta iscriversi, seguendo le indicazioni del sito e che si sia scuole oppure imprese, enti pubblici o privati, associazioni o professionisti disponibili a ospitare studenti, il portale aiuta a ottenere le migliori possibilità.

Il Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro è dunque il punto d'incontro sul web tra i ragazzi che frequentano il triennio conclusivo di un istituto tecnico, professionale o di un liceo e le aziende e realtà pubbliche o private italiane disponibili a offrire loro un periodo di apprendimento, come si dice, on-the-job. Il portale è stato realizzato dal sistema delle Camere di commercio italiane ed è gestito da InfoCamere.

Si tratta di un tassello determinante per la piena riuscita di uno degli aspetti più innovativi della riforma della scuola: l'inserimento organico di percorsi obbligatori di alternanza nelle scuole superiori e il riconoscimento del valore dell'imparare lavorando.

La riforma, infatti, ha stabilito che almeno 200 ore per i licei e 400 ore per gli istituti tecnici e professionali debbano essere svolte in un contesto lavorativo. Il sistema camerale, da oltre 10 anni, è impegnato a favorire un dialogo proficuo tra mondo della scuola e sistema produttivo, colmando così una lacuna del nostro mercato del lavoro. E questa attività è destinata a essere sempre più funzione cruciale delle Camere di Commercio, che vedono esplicitata e rafforzata questa nuova competenza di orientamento al lavoro anche dalla riforma degli enti camerali, ora in piena fase di perfezionamento e presto completamente operativa.

Tramite il portale, il dialogo tra imprese e studenti è davvero diretto e immediato, semplice, trasparente e a costo zero.



## FORMAZIONE INVESTIRE IN PROFESSIONALITÀ

FRIULI FUTURE FORUM



Camera di Commercio Udine

### ECCELLENZE IN DIGITALE: "WEB ANALYTICS: IMPARA AD ANALIZZARE I DATI PER COMPIERE SCELTE STRATEGICHE"

Docenti: **Alberto Borzi**  
Data: **10 ottobre 2017**  
Durata: **3 ore**  
Costo: **gratuito**

### CORSO DI SUPPORTO ALLA PREPARAZIONE DELL'ESAME DI IDONEITÀ ALL'ESERCIZIO DI IMPRESE RICETTIVE

Docente: **docenti vari**  
Data: **10 ottobre 2017**  
Durata: **15 ore**  
Costo: **148,00 €**

### SICUREZZA INFORMATICA IN AZIENDA

Docenti: **Alessandro Romanzin, partner DARNET**  
Data: **17 ottobre 2017**  
Durata: **3 ore**  
Costo: **gratuito**

### LA VALUTAZIONE COMPARATIVA CON IL MARKET COMPARISON APPROACH

Docenti: **geom. Enrico Boscaro**  
Data: **20 ottobre 2017 - secondo modulo**  
Durata: **8 ore**  
Costo: **105,00 €**



Azienda Speciale I.TER  
Camera di Commercio di Udine  
via Morpurgo 4 - 33100 Udine

tel. 0432 273 245  
[ricercaformazione@ud.camcom.it](mailto:ricercaformazione@ud.camcom.it)  
[www.ricercaformazione.it](http://www.ricercaformazione.it)  
facebook: @cciaaudformazione

QUARANTA IMPRESE HANNO PRESO PARTE ALL'APPROFONDIMENTO

## FVG-CANADA, RAPPORTI PROFICUI

SEMINARIO SUGLI EFFETTI PER LE AZIENDE DELL'ACCORDO CETA  
DESK INNOVAZIONE CON CCIAA, UNIVERSITÀ, FRIULI INNOVAZIONE E ICCO

Da giovedì 21 settembre è entrato in vigore, provvisoriamente finché tutti i Paesi l'avranno adottato, il Ceta, accordo tra Unione Europea - Canada, un complesso di disposizioni sul libero scambio (e molto altro, come per esempio l'accesso agli appalti pubblici e il riconoscimento delle qualifiche professionali), che già dal primo giorno di efficacia ha come primo effetto l'abbattimento della quasi totalità dei dazi doganali sulle merci scambiate. E proprio il giorno precedente all'entrata in vigore dell'accordo, la Camera di Commercio di Udine ha organizzato un approfondimento rivolto agli imprenditori di manifattura e dei servizi, che si è concentrato proprio sulle conseguenze e i vantaggi che il Ceta porterà nell'ambito dei due specifici settori produttivi e sulle particolarità che è necessario conoscere riguardo agli aspetti doganali. L'appuntamento è stato realizzato nell'ambito di EEN-Enterprise Europe Network, la più grande rete europea di

Commissione Europea e Canada Desk. Dopo l'approfondimento del mattino, gran parte degli imprenditori ha partecipato anche a incontri individuali con gli esperti intervenuti, occasione importante di entrare nello specifico di ogni singola attività imprenditoriale e orientarsi al meglio in vista di un ingresso sul mercato canadese o di un ampliamento dell'attività, nel caso delle aziende già presenti in Canada.

L'incontro si è inserito in una serie di appuntamenti che il direttore Icco Paina ha realizzato sul territorio friulano: il giorno successivo



Un'immagine dell'inaugurazione dell'ufficio Icco di Udine

### COME PRIMO EFFETTO C'È L'ABBATTIMENTO DELLA QUASI TOTALITÀ DEI DAZI DOGANALI SULLE MERCI SCAMBIATE

supporto alla crescita delle Pmi, di cui la Cciao è sportello con il territorio, e in collaborazione con l'Ambasciata del Canada in Italia e dell'Ufficio di Udine di Icco (Camera di Commercio Italiana in Ontario). L'ufficio Icco di Udine, unica sede staccata in Italia dopo Milano, è allestito proprio nella Cciao ed è già diventato un punto di riferimento per le attività economiche Friuli-Canada, in continuità con la costante e solida relazione che lega la Camera e il mondo produttivo friulano con quello canadese e in particolare, in questo caso, quello di una delle aree economicamente più avanzate del Paese nordamericano quale è la regione che fa capo a Toronto (peraltro la più "friulana" delle città al mondo al di fuori del Friuli).

A intervenire al seminario sono stati una quarantina di imprenditori dei settori interessati, condotti alla conoscenza degli aspetti operativi del Ceta da **Corrado Paina**, Direttore Esecutivo Italian Chamber of Commerce of Ontario, da **Lionella Bertazzon**, Senior Investment Officer dell'Ambasciata del Canada in Italia, **Fulvio Liberatore**, Presidente di Easyfrontier srl e, in videoconferenza da Bruxelles, **Sam Pieters**, dirigente della

infatti, oltre a un meeting con il presidente camerale **Giovanni Da Pozzo**, Paina è stato impegnato in una visita anche all'Università di Udine e a Friuli Innovazione, partner, con la Camera di Commercio, di una collaborazione con Icco la cui prima riunione operativa si è tenuta proprio a margine del seminario in Cciao, con la presenza del segretario generale **Maria Lucia Pilutti**, del presidente di Friuli Innovazione **Germano Scarpa** e del delegato dell'Ateneo udinese Antonio Abramo.

La collaborazione, avviata in estate, sancisce un ulteriore passo avanti nello sviluppo di nuove occasioni di crescita tra Friuli e Canada: il Desk innovazione, un punto di informazione e creazione di opportunità che si concentrerà proprio su progetti di ricerca, imprese ed economie innovative, comparti fra i più promettenti in Canada e in Ontario in particolare.

MIRABILIA A OTTOBRE

## A VERONA INCONTRI CON GLI OPERATORI

Mirabilia è il progetto che mira a una promozione comune delle imprese del turismo, della cultura e dell'accoglienza e più in generale le economie dei territori italiani che ospitano Patrimoni Unesco considerati "meno noti". Sono tante le opportunità proposte dal progetto, promosso dalle Camere di Commercio di quei territori, Udine compresa, e il prossimo sarà uno dei principali, ossia la Borsa internazionale del turismo culturale. L'evento si terrà il 23 e 24 ottobre a Verona. L'attività progettuale prevede incontri d'affari B2b con operatori da tanti Paesi esteri. Si rivolge a imprenditori del settore turistico: tour operator, agenzie di viaggio, albergatori, agenzie di incoming, operanti nei territori che possono vantare la candidatura o la titolarità di un sito materiale riconosciuto come Patrimonio dell'umanità. Avranno la possibilità di incontrare 50 buyer tra operatori ed esperti del settore e giornalisti internazionali provenienti dai Paesi dell'Unione Europea, dagli Usa, dal Giappone e dalla Cina.

Per informazioni [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it) e [progetti.info@ud.camcom.it](mailto:progetti.info@ud.camcom.it).

IL CORSO

## OPERATORE TURISTICO ISCRIZIONI APERTE

È in partenza e sono ancora aperte le iscrizioni per il corso rivolto a chi vuole beneficiare di un supporto per sostenere l'esame di idoneità alla professione turistico ricettiva. Il calendario delle lezioni è 10, 12, 17, 19 e 23 ottobre, con orario 14.30-17.30 nella sede della Camera di Commercio di Udine, in via Morpurgo 4.

Si spazia dalla legislazione turistica alle norme igienico-sanitarie relative alle strutture ricettive e annessi servizi turistici, dalle regolamentazioni in materia di lavoro e sicurezza sociale alla legislazione relativa alla somministrazione di alimenti e bevande. Si parlerà anche di obblighi fiscali, tributi e norme di contabilità aziendale, nonché di organizzazione, amministrazione, controllo di gestione e adeguamento della politica aziendale alle tendenze del mercato.

Per iscriversi è necessario compilare il modulo: [www.ricercaeformazione.it](http://www.ricercaeformazione.it), e inviarlo all'indirizzo mail [daniela.morgante@ud.camcom.it](mailto:daniela.morgante@ud.camcom.it) (o via fax al numero 0432.273843). Per info: 0432.273218 (Daniela Morgante).

## INTERNAZIONALIZZAZIONE

### Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine  
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine  
Tel. 0432 273 517 / 531  
[progetti.info@ud.camcom.it](mailto:progetti.info@ud.camcom.it)  
[www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it)

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

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

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



**MATCH4INDUSTRY - INCONTRI BILATERALI ENTERPRISE EUROPE NETWORK** - Kocaeli (TURCHIA)  
02 - 03 novembre | Meccanica Elettronica (Automotive, materie plastiche, ICT), Energia & Sostenibilità (Edilizia, Ambiente)

**ENTERPRISE EUROPE NETWORK - MEDICA 2017 - INCONTRI BILATERALI** - Düsseldorf (GERMANIA)  
14 - 16 novembre | Meccanica Elettronica (prodotti e servizi per l'industria medicale e della salute)

**PARTECIPAZIONE ALLA "ROMANIAN TOURISM FAIR"** - Bucarest (ROMANIA)  
16 - 19 novembre | Altro (turismo)

**PARTECIPAZIONE ALLA FIERA FOOD EX JAPAN** - Tokyo (GIAPPONE)  
06 - 09 marzo 2018 | Food & Wine

**PARTECIPAZIONE ALLA FIERA SIAL DI PARIGI 2018** - Parigi (FRANCIA)  
21 - 25 ottobre 2018 | Food & Wine



**INNOVATION FORUM USA FVG - DRIVING CHANGE FOR US AND ITALIAN INNOVATION SYSTEMS: FINDING WAYS TO LEARN BETTER FROM EACH OTHER**  
Udine | 08 novembre | Multisetoriale

**UDINE OFFICE - ICCO ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE ONTARIO** - Udine  
Aperto i pomeriggi di: lunedì, martedì e giovedì - Tutto l'anno | Multisetoriale

LE SCADENZE

# INCONTRI ALLE FIERE DI BRNO E DUSSELDORF



il quartiere fieristico di Messe Dusseldorf

Prossime scadenze per partecipare a due eventi promossi per le imprese dalla Cciao di Udine, nella sua veste di punto di riferimento sul territorio per Een-Enterprise Europe Network, la più grande rete europea di supporto allo sviluppo delle Pmi. Il primo riguarda gli incontri bilaterali a Brno per le imprese della meccanica elettronica, le cui adesioni scadono il 4 ottobre - gli incontri con le controparti internazionali si terranno poi il 9 e 10 ottobre. Il secondo evento sono invece gli incontri B2b organizzati dalla Nrw International GmbH di Dusseldorf. Gli incontri si svolgono nell'ambito della Fiera Internazionale A+A edizione 2017, principale Forum dedicato alla sicurezza e salute sui luoghi di lavoro, per facilitare le opportunità di cooperazione commerciale e tecnologica e sono in programma nel periodo: i B2b si terranno il 18 e 19 ottobre al Quartiere fieristico di Messe Düsseldorf, ma le adesioni devono essere inviate entro il 14 ottobre. I comparti interessati all'evento sono quelli della meccanica elettronica ma anche dei comparti salute e sicurezza luoghi di lavoro, attrezzature e strumentazione chirurgica, dispositivi protezione individuale, prevenzione. Aziende, università, istituzioni di Ricerca e sviluppo, agenzie e autorità governative, consulenti impegnati a vario titolo nel settore della salute, sicurezza sui luoghi di lavoro e interessati a trovare nuovi partner commerciali o tecnologici, cooperazione per progetti di ricerca o avviare i primi contatti per relazioni transfrontaliere possono partecipare agli incontri. La partecipazione agli incontri si prenota attraverso la registrazione sul sito dedicato <http://www.b2match.eu/aplusa2017>. Tutte le info sono sempre aggiornate sul sito della Camera [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it), nella sezione internazionalizzazione ed Een-Enterprise Europe Network.

## SELL OR BUY

**REGNO UNITO - CERCASI FORNITORI BENI DI CONSUMO, LUSO E MODA** Trading company inglese con 35 anni di esperienza è interessata a prendere contatti tramite accordo di servizio con fornitori italiani di beni di consumo (inclusi vino e liquori), beni di lusso, moda (abbigliamento, gioielleria, bellezza) interessati ad entrare sul mercato cinese. (Rif. 2017.09.01 BRUK20170426001)

**ROMANIA - RICERCA FORNITURE MEDICHE E DENTALI** Azienda romena specializzata nella distribuzione di forniture mediche e dentali, attrezzature e strumenti per studi medici e dentistici, cliniche private, ospedali farmacie e centri di cura cerca produttori europei per accordi di distribuzione. (Rif. 2017.09.02 BRRO20160328001)

**AUSTRIA - OFFRESI RAPPRESENTANZE PER PRODOTTI ALIMENTARI GOURMET E ARTICOLI ECOLOGICI PER LA CASA** Azienda austriaca di grande esperienza e con una ben avviata catena di vendita al dettaglio offre rappresentanza a produttori di prodotti alimentari raffinati e articoli per la casa ecologici interessati al mercato austriaco e tedesco, e fortemente motivati. (Rif. 2017.09.03 BRAT20151102001)

**BOSNIA ERZEGOVINA - RICERCA LEGNO E COMPONENTI MOBILI IMBOTTITI** Dalla Bosnia Erzegovina cercasi fornitori di materiale grezzo e parti in legno, tessuto, metallo per mobili imbottiti per accordi di produzione. (Rif. 2017.09.04 BRBA20170825001)

**PORTOGALLO - RICERCA PARTNER COMMERCIALI SETTORE ENERGIE RINNOVABILI** Società portoghese esperta in energie rinnovabili cerca nuovi partner con soluzioni energetiche da incorporare nei propri progetti, tramite accordi commerciali di agenzia e di distribuzione. (Rif. 2017.09.05 BRPT20160802001)



### SELL OR BUY - AVVISO

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

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

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

## PREZZI RILEVATI DALLE COMMISSIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Agosto 2017

Fonte: Centro studi (Ufficio statistica e prezzi) Cciao Udine



L'accertamento dei prezzi all'ingrosso (relativi, cioè, alle transazioni tra imprese) è una funzione istituzionale attribuita alle Camere di Commercio.

Un mercato equo ed efficiente è, infatti, contraddistinto da ampiezza e trasparenza delle informazioni relative a domanda e offerta, e il prezzo ne è la loro rappresentazione di sintesi più significativa.

Mais	da 167,50 a 169,50 Euro a tonn.
Soia	non quotata
Orzo	da 140 a 145 Euro a tonn.
Fruento tenero buono mercantile	da 168 a 170 Euro a tonn.
Prosciutto San Daniele	da 15,15 a 16,05 Euro a Kg.
Formaggio Montasio (4-6 mesi)	da 6,40 a 6,90 Euro a Kg.
Gasolio da riscaldamento (2-5mila litri)	1,16365 Euro al litro
Gpl da riscaldamento (1-2mila litri)	1,73588 Euro al litro
Gasolio agricolo (2-5mila litri)	0,93457 Euro al litro

Per informazione più dettagliate: <http://www.ud.camcom.it/P42A689C354S409/Prezzi-all-ingrosso---rilevazioni-periodiche.htm>

### SETTEMBRE

**29** COME STIMARE GLI IMMOBILI IN APPLICAZIONE AGLI STANDARD DI VALUTAZIONE INTERNAZIONALI  
Cciaa Udine

### OTTOBRE

**02** MISSIONE ESPLORATIVA ED ECONOMICA IN REPUBBLICA DEL CONGO  
Brazzaville, Pointe Noire | REPUBBLICA DEL CONGO (02 - 06 ottobre)

**06** ENTERPRISE EUROPE NETWORK - TOUR D'EUROPE ANUGA COLOGNE 2017- INCONTRI BILATERALI  
Colonia | GERMANIA

**09** ENTERPRISE EUROPE NETWORK - CONTACT CONTRACT 2017 INCONTRI BILATERALI  
Brno | REPUBBLICA CECA (09 - 10 ottobre)

**10** CORSO DI SUPPORTO ALLA PREPARAZIONE DELL'ESAME DI IDONEITÀ ALL'ESERCIZIO DI IMPRESE RICETTIVE  
Cciaa Udine

**10** ECCELLENZE IN DIGITALE: "WEB ANALYTICS: IMPARA AD ANALIZZARE I DATI PER COMPIERE SCELTE STRATEGICHE"  
Cciaa Udine

**13** DIFFUSIONE VARIAZIONI INDICI FOI SENZA TABACCHI  
(dopo le ore 13.00)

**17** VISITA STUDIO INDUSTRY 4.0 IN GERMANIA  
Stuttgart | GERMANIA (17 - 19 ottobre)

**17** SICUREZZA INFORMATICA IN AZIENDA  
Cciaa Udine

**17** ENTERPRISE EUROPE NETWORK - FUTURE INTEGRATED PEST MANAGEMENT 3.0 - INCONTRI BILATERALI  
Riva del Garda | ITALIA

**18** ENTERPRISE EUROPE NETWORK - B2B MEETINGS DURING THE 2017 EDITION OF A+A - INCONTRI BILATERALI  
Düsseldorf | GERMANIA (18 - 19 ottobre)

**20** LA VALUTAZIONE COMPARATIVA CON IL MARKET COMPARISON APPROACH  
Cciaa Udine

**23** MIRABILIA FOOD&DRINK - ACCOGLIENZA DI OPERATORI DALL'ESTERO E B2B  
Verona | ITALIA (23 - 24 ottobre)

**23** MIRABILIA - BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO CULTURALE  
Verona | ITALIA (23 - 24 ottobre)

**30** MISSIONE IMPRENDITORIALE PROMOSSA DA DESK ICCO IN ONTARIO (E MANITOBA)  
Toronto, Winnipeg | CANADA (30 ottobre - 02 novembre)

**30** GRANDI DEGUSTAZIONI DI VINI ITALIANI IN CANADA - TAPPA EST  
Toronto, Montreal | CANADA (30 ottobre - 01 novembre)

**Vuoi restare costantemente informato su eventi, nuove iniziative, adempimenti della Camera di Commercio?**

**Iscriviti alla newsletter CCIAA UDINE INFORMA!**

Compila ed invia online il modulo che trovi all'indirizzo [www.ud.camcom.it/uploaded/URP/newsletter\\_ades.pdf](http://www.ud.camcom.it/uploaded/URP/newsletter_ades.pdf), oppure completalo e spedisilo via mail a [urp@ud.camcom.it](mailto:urp@ud.camcom.it), via fax al n. 0432 509469 o, ancora, consegnalo a mano agli uffici camerati.

## CALENDARIO

Camera di Commercio di Udine

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

Novità dalla Cciao

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

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

**Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER**  
Ramo Promozione  
[progetti.info@ud.camcom.it](mailto:progetti.info@ud.camcom.it)

**Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER**  
Ramo Formazione  
[www.ricercaformazione.it](http://www.ricercaformazione.it)

**Friuli Future Forum**  
[www.friulifutureforum.com](http://www.friulifutureforum.com)  
[info@friulifutureforum.com](mailto:info@friulifutureforum.com)

