



FRIULI TERRA IDEALE PER IL NUOVO TURISMO

Pag. 4



DIALOGHI SUL POTERE E IL FUTURO DELL'ITALIA

Pag. 7



PALMANOVA CONQUISTA IL FUMETTISTA ESPINOSA

Pag. 8



IL FVG TRA LE PRIME REGIONI IN ITALIA PER OFFERTA CULTURALE

CULTURA E CREATIVITÀ OPPORTUNITÀ DALL'UE

IL PROGRAMMA CREATIVE EUROPE METTE A DISPOSIZIONE
1,46 MILIARDI DI EURO FINO AL 2020 PER DIVERSI PROGETTI

L'Europa si, ma se si hanno idee chiare, una propria solidità economico-gestionale e una determinata volontà ad avere un legame con il proprio territorio e al contempo la capacità di tessere rapporti a livello internazionale, per obiettivi che abbiano un beneficio per tutta la Ue. È questa, in sintesi, l'indicazione generale che **Marco Marinuzzi**, consulente esperto per politiche e progetti culturali europei, ha offerto alle imprese e coop del comparto culturale e creativo in occasione del seminario sul tema organizzato alla Camera di Commercio di Udine dall'Azienda speciale I.Ter, partner sul territorio di Een-Enterprise Europe Network, e confcooperative Udine-Associazione cooperative friulane. Un pensiero che ripete a posteriori ricordando le strategie possibili per un processo di internazionalizzazione. «L'Europa - aggiunge Marinuzzi - finanzia in sostanza le realtà che corrono e



Marco Marinuzzi, consulente esperto per politiche e progetti culturali europei

perché corrono ancora di più. Non sostiene la sopravvivenza». Quello delle opportunità europee è un tema che interessa un ampio bacino di imprese, posto che in Friuli Venezia Giulia sono attive circa 5.200 realtà imprenditoriali culturali e ricreative, di cui 2.259 considerate imprese creative (tra architettura, comunicazione e design) e 2.691 culturali, operative cioè nell'ambito di film, radio-tv,

produzione videogiochi e software, musica, libri e stampa, oltre a qualche centinaio di aziende che si occupano di performing art.

Tra i programmi analizzati, in particolare il «Creative Europe» che nel settennato 2014-2020 ha messo a disposizione 1,46 miliardi di euro e ha aperto la possibilità di partecipazione a imprese profit e no profit, ma anche a tutti gli enti pubblici e gli operatori privati, profit e no profit, purché attivi nei settori culturali e creativi. In questa cornice, un'attenzione particolare è posta al partenariato interdisciplinare. «Il programma - prosegue Marinuzzi - si suddivide in due sottoprogrammi: Cultura e Media. Il primo ha quattro linee di finanziamento e cioè progetti di cooperazione, reti, piattaforme e traduzioni letterarie; il secondo si suddivide in altre 11 linee».

Sostanzialmente, i finanziamenti europei «sostengono progetti innovativi e non l'attività ordinaria - elenca l'esperto - e dunque occorre approcciarsi con questa mentalità. Inoltre, è opportuno non inseguire i bandi, ma è necessario analizzare la propria situazione e, in base a quella, individuare a livello europeo qual è lo strumento che meglio risponde alle mie esigenze».

Oltre a Europa Creativa, infatti, ci sono i programmi Erasmus Plus, dedicato in particolare all'aggiornamento professionale e allo scambio di buone pratiche; Horizon, per la ricerca scientifica, tecnica e umanistica; i programmi Interreg della Cooperazione Territoriale Europea. «Dopo l'analisi della nostra realtà e delle nostre esigenze - evidenzia l'esperto - potrebbe anche darsi che ci si renda conto che al caso nostro fanno bandi nazionali o regionali, piuttosto che quelli europei».

I passi necessari per avere un rapporto proficuo con il contesto europeo, quindi, sono una «buona autoanalisi di contesto; la piena consapevolezza che occorre avere una buona struttura gestionale e una solidità finanziaria poiché le risorse europee si fermano, nel caso dei progetti di cooperazione ricordati in precedenza, al 50-60% degli importi complessivi; occorre avere progetti chiari e non idee vaghe». Non da ultimo, conclude Marinuzzi, «può essere una buona pratica quella di avvicinarsi per la prima volta a questa realtà come partner, per poi arrivare a essere capofila». **Antonella Lanfrit**

I CONSIGLI

I finanziamenti europei sostengono progetti innovativi e non l'attività ordinaria

È opportuno non inseguire i bandi, ma è necessario analizzare la propria situazione e, in base a quella, individuare a livello europeo qual è lo strumento che meglio risponde alle mie esigenze

Fare una buona autoanalisi di contesto

Avere la piena consapevolezza che occorre avere una buona struttura gestionale e una solidità finanziaria poiché le risorse europee si fermano al 50-60% degli importi complessivi

Occorre avere progetti chiari e non idee vaghe

Può essere una buona pratica quella di avvicinarsi per la prima volta a questa realtà come partner, per poi arrivare a essere capofila

DAGLI ALBERGHI DIFFUSI AI GESTORI DI TEATRI

SETTORE IN PIENO SVILUPPO BOOM DI SOCI E ADDETTI

SI PUNTA SUL PATRIMONIO STORICO E NATURALISTICO
NICCHIE DI MERCATO CHE GENERANO OCCUPAZIONE

Il maggior numero di società cooperative di carattere culturale e ricreativo aderenti a Confcooperative si concentra nella provincia di Udine, che registra 41 realtà a fronte di 67 attive a livello regionale. Udine, perciò rappresenta la maggioranza assoluta delle coop operanti nel settore. «Un nucleo importante di queste realtà è rappresentato dagli alberghi diffusi - spiega il presidente **Flavio Sialino** -, che rappresentano una forma nuovo di turismo molto apprezzata e in espansione. Le altre realtà operano nella gestione di teatri, aree espositive e musei». Seguono le province di Pordenone, 17 realtà cooperative, e quelle di Gorizia con 6 e di Trieste con 3 coop.

Interessante è il numero dei soci che ha livello regionale raggiunge quasi le 4.500 unità, con quasi 2.700 soci lavoratori e circa 280

addetti non soci, per una forza lavoro che raggiunge i 3mila addetti. Il valore della produzione generato è di più di 28 milioni di euro, di questi quasi 21 milioni sono generati in provincia di Udine. «Il settore è uno di quelli di maggior interesse e in più rapido sviluppo, nonostante la crisi - sottolinea il presidente Sialino -. Grazie ad un patrimonio storico e naturalistico tra i più interessanti, ove insistono vestigia antiche con biotopi marini, montani ma anche di pianura, assai peculiari, lo sfruttamento degli stessi a fini turistici riveste un ruolo strategico per un rilancio economico». Sul punto, prosegue il presidente, «Confcooperative da anni persegue il fine di valorizzare le potenzialità di siti minori, creando una rete tra le proprie associate e sviluppando progettualità integrate anche a valere su finanziamenti europei. Progettualità



Il presidente di Confcooperative provincia di Udine, Flavio Sialino

esperienziale, che sfugge la massa e si dirige verso proposte nuove che abbinino storia, natura, cultura e cibo».

I numeri che riguardano le cooperative operanti nell'ambito culturale e ricreativo afferenti a Confcooperative «danno conto di un settore ancora contenuto in termini assoluti - conclude Sialino -, ma che presidia nicchie di mercato generando già un'occupazione interessante e che potrà, anche nell'immediato futuro, crescere ulteriormente». **A.L.**

Settore	N. cooperative					Soci					Soci lavoratori					Dipendenti (non soci)					Totale addetti					Valore della produzione				
	GO	PN	TS	UD	FVG	GO	PN	TS	UD	FVG	GO	PN	TS	UD	FVG	GO	PN	TS	UD	FVG	GO	PN	TS	UD	FVG	GO	PN	TS	UD	FVG
Cultura, turismo e sport	6	17	3	41	67	120	2.969	54	1.406	4.549	10	2.410	1	211	2.652	0	54	0	219,6	274	10	2.464	21	430	2.925	655.843	5.856.723	1.029.027	20.961.032	28.502.625

I dati sono riferiti al 2016, ultimo anno per il quale sono stati censiti i valori così come elaborati anche dai bilanci di esercizio. Si tratta di coop aderenti ai settori cultura, sport e turismo

LE STORIE DI TRE COOP CHE HANNO PARTECIPATO A BANDI UE

COSÌ L'EUROPA DIVENTA UNA RISORSA

BISOGNA AVERE UNA BUONA ORGANIZZAZIONE INTERNA E UNA PROGETTUALITÀ EVOLUTA PER ACCEDERE AI FINANZIAMENTI

PUNTOZERO

PROGETTI E COLLABORAZIONI TRA PERSONE

Una decina di progetti europei approvati a fronte dei circa trenta presentati. E si tratta di un successo.

Sono i numeri della coop PuntoZero di Udine che indicano come la via europea alle risorse sia molto interessante ma anche impegnativa. Dedicata allo sviluppo di contenuti e progetti nell'ambito della creatività, con eventi che creano relazioni tra le persone e il territorio, PuntoZero «ha avuto come motorino di avviamento proprio un progetto europeo grazie a un soggetto tedesco che ci ha coinvolti come partner», ricorda uno dei soci, **Francesco Rossi**. L'ambito era quello della progettualità Ue «Cultura 2007-2013» e dopo



il primo si sono succeduti con gli stessi partner altri 4-5 progetti. Quindi il salto ulteriore di PuntoZero, che ha deciso di tessere in autonomia la propria rete di partner con «Creative Europe». C'è «una regola non scritta - osserva Rossi - e cioè che questi progetti servono a chi non ha bisogno di soldi. Sono cioè importanti per creare relazioni, migliorare le proprie idee perché la documentazione richiesta è strutturata molto bene e rappresenta un'ottima guida». La parte progettuale e gestionale, infatti, è impegnativa: «Basti pensare che - conclude Rossi - la scrittura di un bando richiede l'impegno di più persone per un mesetto». Inoltre, la concorrenza è notevole: «All'ultima call, l'ultimo progetto della graduatoria finanziata aveva un punteggio di 84 su 100. Nei bandi regionali, invece, è il primo della graduatoria ad avere quei valori». (a.l.)

ARTEVENTI

CULTURA A 360 GRADI PER IL TERRITORIO

«Partecipare a un bando europeo significa avere una buona organizzazione interna e una progettualità piuttosto evoluta, rispetto a quella con la quale si possono affrontare i bandi regionali o nazionali. Perciò, ci stiamo preparando per conoscere bene questo orizzonte».

Elena Grazzini, socia della cooperativa Arteventi di Udine, affronta così il tema del rapporto tra società cooperative e canali di finanziamento europei, dopo aver frequentato il seminario sul tema organizzato in Camera di Commercio.

In quell'occasione «le informazioni sono state utili perché precise e accurate» e si sono aggiunte a quelle che aveva acquisito attraverso un corso legato all'europrogettazione. Arteventi sin qui si è approcciata all'Europa in forma indiretta, partecipando alle iniziative regionali legate ai Leu, i lavori socialmente utili, finanziati con fondi del Fse.

«La progettazione Creative Europe è senz'altro interessante e ci stiamo attrezzando - aggiunge - in maniera tale di arrivarci con passi graduali, magari prima come partner di qualche progetto e poi magari come primi proponenti».

Nata nel 1998, Arteventi opera in quattro aree specifiche e interconnesse: spettacolo, museale, animazione e formazione. Nel concreto si occupa della gestione di teatri, offre servizi di vigilanza per spazi pubblici e privati, in ambito scolastico gestisce pre accoglienza e dopo scuola e ha un'agenzia di viaggi di incoming e per gite scolastiche. Si occupa, inoltre, della didattica museale. (an.la.)



PAVEES DI BORDANO

ALLA SCOPERTA DEI SEGRETI DELLA NATURA

«Non c'è tempo per essere spaventati o timorosi, quella strada deve diventare un'abitudine». **Ylenia Cristofoli**, presidente della cooperativa Pavees di Bordano, ragiona così di fronte ai canali di finanziamento europei per le imprese cooperative del settore culturale. Pavees per ora ha partecipato solo a un Interreg come partner dell'Università di Udine, «ma è nostra intenzione esplorare quel mondo e per questo abbiamo partecipato al seminario che si è svolto alla Camera di Commercio sul tema, utile per poter tessere relazioni e scambiarsi esperienze».

Quanto all'eventuale supporto per la parte burocratica, «abbiamo un buon rapporto con gli uffici di Confcooperative - considera la presidente -, poiché non è possibile essere esperti di ogni aspetto». Gestore dal 2003 al 2014 della Casa delle farfalle di Bordano, la coop è dal 2014 è gestore della Riserva naturale del lago di Cornino; dal 2016 gestisce anche i laghetti Pakar non distanti dalla Riserva, dedicati in parte alla pesca sportiva e in parte ambito di tutela naturalistica; dal 1 marzo 2018 si è spinta fino a Forni di Sopra per la gestione dell'area faunistica locale. Si tratta di attività che sono state tutte acquisite attraverso bandi. In queste aree Pavees «si occupa della gestione di tutte le attività, dall'organizzazione e sviluppo degli eventi per l'animazione alle visite guidate per ogni tipologia di richiedenti, fino alla cura dell'alimentazione degli animali e al rifornimento dei punti di alimentazione per i grifoni della Riserva di Cornino», specifica la presidente Cristofoli. (a.l.)



UDINE DESIGN WEEK PROMOSSA DAL PUBBLICO

VALORIZZARE LA CITTÀ PARTENDO DALLA QUALITÀ

«Quella di quest'anno è stata un'edizione spettacolare». Non usa mezzi termini **Anna Lombardi**, direttore artistico di Udine Design Week, manifestazione organizzata dal Museo del Design del Friuli Venezia Giulia, MuDeFri, che agli inizi di marzo è riuscita nell'impresa di trasformare Udine nella capitale del design per una settimana. E questo grazie a un'iniziativa nata dal basso, senza troppi mezzi ma che è riuscita ad attirare l'attenzione di un pubblico locale e internazionale. Inaugurata lo scorso 2 marzo, Giornata del design italiano nel mondo, la rassegna ha unito, intrecciandoli, i grandi punti di forza del capoluogo friulano: l'idea alla base della sette giorni è stata quella di promuovere la città associandola a termini quali «qualità» e «creatività», valorizzando quelle attività commerciali che fanno del design un punto di forza. «Trieste ha il mare, Pordenone la tecnologia e Udine - ha raccontato l'anima della Design Week Lombardi - ha il design. Il design va fatto diventare il punto forte attorno al quale creare delle manifestazioni capaci di attirare un pubblico con potere d'acquisto alto».

Il design è fatto di relazioni ha detto il filosofo e giornalista Virginio Briatore che, con Ilkka Suppanen, il designer finlandese contemporaneo più famoso ha partecipato a Udine Design Week.

Quello che conta sono i contatti tra le persone e la bontà del progetto. Se per la qualità non ci sono parametri esatti, i numeri sono incontrovertibili e quelli finora rilevati dalla Udine design Week sono più che confortanti: 31 gli eventi in città, 22 le attività coinvolte nonché 3 gallerie d'arte, uno spazio d'arte prestigioso come la Galleria d'arte Tina Modotti, la Loggia del Lionello trasformata nella sede di una performance collettiva, oltre 50 designer, un collettivo di danza moderna, la sinergia con Calendidonna, 128 studenti del Liceo Artistico Sello e dell'Isis Malignani di Udine, 23 supporter tra Istituzionali e privati. «Il pubblico - riferisce ancora Lombardi - non lo abbiamo ancora contato ma possiamo affermare con certezza che gli eventi sono stati partecipati anche grazie alla comunicazione condivisa tra MuDeFri e i negozi che hanno partecipato a Udine design Week». Leit motiv di questa edizione «mettere insieme», far diventare reali gli intrecci, le trame, le connessioni. Top secret quello della prossima edizione anche se, nella mente di Anna Lombardi e del suo staff, l'idea c'è ed è assolutamente luminosa visto che, anticipa Lombardi «è tagliata su quelle che saranno le tendenze del prossimo anno».

Anna Casasola





Il Friuli, territorio piccolo ma con quattro siti Unesco molto vicini gli uni agli altri. E vicini anche al grande catalizzatore Venezia. Sono dunque ottime le opportunità di legare lo sviluppo economico alla proposta storico-culturale e turistica della nostra regione, intercettando anche, con una strategia integrata e di qualità, parte dei flussi che congestionano il capoluogo veneto e chiedono invece di poter trovare, oltre alla visita alla città lagunare, percorsi ulteriori, personalizzabili, legati alla passione per la scoperta di nuovi siti, originali e alternativi alle mete più battute. In tutto questo è necessario operare seguendo logiche

OBIETTIVO STIMOLARE LE PARTNERSHIP PUBBLICO-PRIVATE E LE IMPRESE A BENEFICIARE DELLE RISORSE A DISPOSIZIONE

collaborative, mettendo in rete i siti Unesco del territorio, assieme alle piccole realtà di qualità e il ricco e diffuso patrimonio storico, lavorando come sistema a livello di governance, ossia di gestione e direzione, ma anche di istituzioni e di imprese. Senza dimenticare un altro nodo cruciale: lo sviluppo deciso della dimensione digitale, il linguaggio che oggi e domani, sempre più, sarà indispensabile alleato di un turismo che vuole crescere.

Francesco Palumbo, direttore generale turismo del Ministero dei beni culturali (Mibact), è convinto che questa sia la strada da percorrere, come ha confermato intervenendo all'evento che venerdì 9 marzo scorso ha dato avvio al Future Forum della Camera di Commercio di Udine. È cominciata su queste prerogative, dunque, la quinta edizione della manifestazione che l'ente camerale ha voluto legare quest'anno alle "Economie

della bellezza", cioè alla valorizzazione innovativa dei siti Unesco regionali quale volano per l'economia locale di tutti i settori. Ed è stato questo il tema al cuore del primo incontro della manifestazione, introdotto dalla vicepresidente Ccīaa **Clara Maddalena** e che, assieme a Palumbo, ha visto confrontarsi in una Sala Valduga sold out anche **Manuel Roberto Guido**, direttore generale dei musei del Mibact e l'assessore regionale alla cultura **Gianni Torrenti**, e ha ospitato gli interventi di **Andrea Zannini** e **Andrea Moretti** dell'Università di Udine e **Mariangela Franch** dell'Università di Trento, con la moderazione dell'economista della cultura **Ludovico Solima**.

Per il turismo «oggi abbiamo strumenti e risorse come mai il nostro Paese ha avuto, siamo in momento molto positivo in termini anche qualitativi», ha confermato Palumbo. Ma che tipo di offerta abbiamo? Siamo in una sorta di dilemma, ha detto: da un lato grandi destinazioni con indicatori positivi, anche talvolta con "eccesso" di turisti, dall'altro luoghi che soffrono di mancanza di flussi, pur esprimendo grande qualità. Ed è proprio questo uno degli elementi su cui basare crescita. «Se vogliamo portare in Italia la qualità vera dobbiamo gestire questo percorso», ha evidenziato Palumbo, cui ha fatto eco Guido, soffermandosi sull'importanza del brand Unesco per l'attrattività di un turismo di qualità, ma invitando a ragionare anche in termini di brand che evidenzino l'identità dei territori e presentando i progetti Mibact che stanno stimolando le partnership pubblico-private nel comparto. Perché, ha sottolineato ancora Palumbo, il piano strategico del turismo 2017-2022, adottato dall'Italia in un grande lavoro partecipato e declinato dalle Regioni, Fvg tra i primi, ha dato impulso anche i privati. Intesa San Paolo, per esempio, ha avviato una linea di credito sul tema, premiando gli interventi coerenti con il piano nazionale e mobilitando una massa ingente di risorse. «Fondamentale - ha aggiunto - anche far presente agli imprenditori che ci sono tantissimi strumenti, a

partire dal digitale, ed esiste la linea "tax credit digitalizzazione" che per metà ogni anno non viene utilizzata. Bisogna far sentire alle imprese che partecipano a un processo, che non sono sole ma parte di un percorso territoriale e dell'esperienza complessiva del turismo e della cultura». E qui si è inserito l'assessore regionale Torrenti, che ha evidenziato l'importanza di «valorizzare le nostre tantissime diversità e particolarità, ma come elemento per unire e non per dividere e creare muri». Gli incontri del ricco programma di Future Forum 2018, come raccontiamo in queste pagine speciali di Udine Economia, sono

METTERE A SISTEMA LE ISTITUZIONI E UN PATRIMONIO CULTURALE E TURISTICO DIFFUSO E DI QUALITÀ PUNTANDO SULLA DIGITALIZZAZIONE

proseguiti poi a Cividale, Aquileia e Palmanova. A Palmanova ci sarà ancora un evento, domani, mercoledì 28 marzo, e quindi si riprenderà subito dopo Pasqua con la nuova tappa di Udine e infine a Forni di Sopra e Tolmezzo. La manifestazione intende esplicitare il valore e le potenzialità economiche, turistico culturali e produttive connesse alla presenza di siti Unesco su un territorio, offrendo a interlocutori pubblici e privati informazioni, strumenti di analisi, casi ed esempi cui far riferimento, in una prospettiva di sviluppo futuro (come nelle premesse proprie del Future Forum).

È possibile prenotare gli appuntamenti del Forum inviando una mail a friulifutureforum@ud.camcom.it o chiamando lo 0432.273537. Il programma, i video e i reportage sono sempre disponibili e aggiornati su <http://www.friulifutureforum.com>.



CONSEGNATA UNA TARGA-RICONOSCIMENTO DA PARTE DELLA CCIAA

MUSEO ARCHEOLOGICO ACCESSIBILE A TUTTI

UNA NUOVA MENTALITÀ PER PROGETTARE GLI SPAZI CULTURALI E TURISTICI
PER GARANTIRE, OLTRE OGNI DISABILITÀ, LA POSSIBILITÀ DI FRUIZIONE

Il bello è un diritto di tutti e renderlo realmente accessibile e fruibile da tutti, in autonomia, non è solo un dovere, ma una sfida positiva, creativa, progettuale e inclusiva, oltre che una concreta opportunità di sviluppo sociale, occupazionale ed economico. Una sfida che, per esempio, sta vincendo il Museo archeologico di Udine, unico in Italia leader di un progetto europeo, "Come-in!", con 14 partner internazionali, che ha considerato ogni aspetto di inclusione e accessibilità nell'offerta museale. Proprio per questo, la Camera di Commercio ha premiato il Museo udinese con una onorificenza nell'ambito del secondo appuntamento del Future Forum, che si è concentrato proprio sul tema dell'accessibilità a 360° del patrimonio culturale pubblico e su innovativi approcci architettonici, di design e progettuali applicati ai siti storici e turistici, in grado di tenere in considerazione le esigenze di tutti e di tutte le diverse disabilità, sia quelle cui più generalmente facciamo riferimento, sia quelle legate all'avanzare dell'età, sia alle disabilità temporanee, in cui ognuno può incorrere in momenti particolari della vita. La targa è stata consegnata dalla componente di giunta camerale **Antonella Colutta** all'assessore comunale alla cultura **Federico Pirone** e alla responsabile del Museo archeologico **Paola Visentini**. «Condividiamo questo premio con tutti quelli che hanno contribuito al progetto, veramente partecipato - ha sottolineato Pirone -, l'inizio di un percorso che vorremmo riuscisse a incidere sempre più, per cambiare profondamente la concezione da parte di tutti della fruizione dei beni culturali nella nostra città, città che

crediamo possa diventare esempio anche per altri territori». Il Museo udinese è partito creando un modello di riferimento che tutti i musei e le strutture pubbliche possano utilizzare per autovalutare la propria accessibilità, capendo più facilmente come e dove intervenire. Sono poi state progettate migliorie concettuali, di design e architettoniche,

NEL SITO UDINESE SONO STATE PROGETTATE MIGLIORIE CONCETTUALI, DI DESIGN E ARCHITETTONICHE, PER CONSENTIRE LA PIÙ AMPIA FRUIZIONE

per consentire la più ampia fruizione delle aree museali, anche dal punto di vista dell'approccio comunicativo, digitale e multimediale, e con l'aggiunta di un coinvolgente percorso multisensoriale. Il progetto si completerà non prima di aver ottenuto anche le valutazioni da parte degli utenti stessi, parte integrante e fondamentale del programma. Perché è necessario ricomprendere gli utenti finali nell'attività progettuale, come ha evidenziato anche **Pete Kercher** di "Design for all - Europe", molto apprezzato nel suo coinvolgente intervento "interattivo" in Sala Valduga, assieme alla **Visentini**, a **Lucia Sarti** dell'Università di Siena, **Mariagrazia Filetici** del Mibact e **Livio**

Petriccione dell'Università di Udine. L'impegno all'accessibilità, ha detto l'esperto inglese Kercher, «deve essere condiviso e parte delle nostre vite, perché è già così. La diversità non è una minaccia, è una nostra caratteristica». Kercher ha fatto un esempio pratico in sala, chiedendo a tutti di alzarsi e facendo sedere via via, per esempio, chi si è rotto un arto una volta nella vita, chi ha genitori anziani con difficoltà motorie, chi porta gli occhiali. «Tutti noi siamo soggetti a diversità, anche momentanee, tutti possiamo aver bisogno di avere un accompagnatore. Dobbiamo perciò progettare gli spazi pubblici avendo in mente questa grande diversità di tutti, oltre che le disabilità riconosciute, e con il coinvolgimento degli utenti finali in ogni fase». Per Kercher, ci sono «due modi di affrontare l'accessibilità: come problema da risolvere o come sfida alla creatività e all'innovazione. Il primo ha un approccio necessario ma negativo, ci porta alla mera applicazione della normativa. Il secondo invece ci stimola a una progettazione in positivo. La normativa ci vuole, ovvio, però guai a fermarsi lì. È dunque più giusto parlare di creazione di nuovi percorsi che di abbattimento di barriere architettoniche». In questo senso dobbiamo parlare di smart cities, non solo città piene di tecnologia, ma progettate con intelligenza. «Non si può fare, costa troppo, l'abbiamo sempre fatto così: queste sono le tre vere barriere mentali che dobbiamo superare - ha concluso Kercher -. La parola impossibile non appartiene alla progettualità, perché non si esauriscono mai tutte le possibilità di guardare una questione da diverse angolazioni».



MARIAGRAZIA FILETICI

DA POMPEI A ROMA ECCO I MUSEI "SENZA BARRIERE"

Siti culturali e turistici accessibili a tutti. È stato il tema della seconda giornata del Future Forum, che ha portato i relatori invitati dalla Camera di Commercio di Udine a confrontarsi su esperienze e progetti innovativi capaci di dare la possibilità a tutti di avere accesso ai luoghi di interesse. Un esempio emerso nel corso della discussione è stato quello portato da **Mariagrazia Filetici**, della Soprintendenza speciale per i beni archeologici del Mibact. «Già nel 2005 abbiamo iniziato a pensare all'accesso di ogni tipo di pubblico, con le più diverse necessità, in luoghi particolarissimi come le grandi aree archeologiche di Roma e di Pompei, con interventi compatibili per qualità, tecnica, reversibilità e materiali, viste le caratteristiche uniche dei beni archeologici interessati». Da qui è nata l'esperienza dei fori romani, dove gli ascensori sono diventati 'mobili', come un bicchiere appoggiato su un tavolo, in grado di essere spostati in qualunque momento. «Un buon progetto richiede una buona dose di innovazione, ma anche alto livello di compatibilità con l'ambiente circostante». Un percorso articolato che tocca alcuni dei maggiori monumenti del Foro, realizzato con tecniche e materiali compatibili con un sito archeologico, completamente

NEI FORI ROMANI GLI ASCENSORI SONO DIVENTATI 'MOBILI', COME UN BICCHIERE APPOGGIATO SU UN TAVOLO, IN GRADO DI ESSERE SPOSTATI IN QUALUNQUE MOMENTO

reversibili. Il piano 'senza barriere' è funzionale a una valorizzazione dei siti e dei musei della Soprintendenza aperti a tutti, senza esclusioni. L'idea alla base di questo progetto è che non esistano abili e disabili, ma che una facile accessibilità sia un diritto anche di chi è stanco, pigro o voglia semplicemente fare una passeggiata. La natura dei beni che la Soprintendenza tutela, conserva e valorizza, però, rende complessa la progettazione e la realizzazione dell'accessibilità: «All'interno di un sito archeologico, con le sue architetture e le sue fragilità - conclude Filetici - creare dei percorsi per chi ha difficoltà di deambulazione o è in sedia a rotelle, non è cosa né facile, né scontata. Proprio per questo l'intero tracciato è stato realizzato con materiali naturali e compatibili con l'ambiente circostante».

(A.C.)



PETE KERCHER DI DESIGN FOR ALL EUROPE

SITI INACCESSIBILI DANNO ECONOMICO

LA VISITA È PIÙ GRADEVOLE SE IL SITO È FRUIBILE A TUTTI SI DIMINUISCE ANCHE L'ISOLAMENTO DEGLI ANZIANI

«Il mancato guadagno del turismo mondiale a causa dell'inaccessibilità dei luoghi di interesse è stato stimato in 800 miliardi ogni anno, risorse che in buona parte riguardano l'Italia». A sostenerlo è **Pete Kercher** di Design for all Europe, ospite dell'edizione 2018 del Future Forum. Un tema, quello dell'accessibilità dei luoghi di interesse storico, turistico e culturale, che non tocca solo le persone con disabilità, ma anche gli anziani. «Rendere più gradevole e facile la visita a un luogo significa renderlo più fruibile per tutti. Pensiamo agli anziani, che sono sempre di più nel nostro Paese. Eliminando le loro difficoltà di accesso a determinati luoghi si diminuisce il loro isolamento, facendo così venire meno le difficoltà della vecchiaia». Kercher lega il tema dell'accessibilità a quello della spesa sanitaria: «Aumentare la contentezza dei nostri anziani diminuendone l'isolamento, può consentire di ridurre la spesa sanitaria». Per dare forza al proprio ragionamento, l'esperto inglese ha fatto un esempio pratico in sala, chiedendo a tutti di alzarsi e facendo sedere

BISOGNA ARRIVARE A PROGETTARE GLI SPAZI PUBBLICI AVENDO IN MENTE LA GRANDE DIVERSITÀ DI TUTTI

via via, per esempio, chi si è rotto un arto una volta nella vita, chi ha genitori anziani con difficoltà motorie, chi porta gli occhiali. «Tutti noi siamo soggetti a diversità, anche momentanee, tutti possiamo aver bisogno di avere un accompagnatore. Bisogna arrivare a progettare gli spazi pubblici avendo in mente questa grande diversità di tutti, oltre che le disabilità riconosciute, e con il coinvolgimento degli utenti finali in ogni fase del processo progettuale». Per Kercher, ci sono «due modi di affrontare l'accessibilità: come problema da risolvere o come sfida alla creatività e all'innovazione. Il primo ha un



approccio necessario ma negativo, ci porta alla mera applicazione della normativa. Il secondo invece ci stimola a una progettazione in positivo. La normativa ci vuole, ovvio, però guai a fermarsi lì. È dunque più giusto parlare di creazione di nuovi percorsi che di abbattimento di barriere architettoniche». In questo senso dobbiamo parlare di smart cities, non solo città piene di tecnologia, ma progettate con intelligenza. «Non si può fare, costa troppo, l'abbiamo sempre fatto così. Queste sono le tre vere barriere mentali che dobbiamo superare - ha concluso Kercher -. La parola impossibile non appartiene alla progettualità, perché non si esauriscono mai tutte le possibilità di guardare una questione da diverse angolazioni». Il bello è un diritto di tutti e renderlo realmente accessibile e fruibile da tutti, in autonomia, non è solo un dovere, ma una sfida positiva, creativa, progettuale e inclusiva, oltre che una concreta opportunità di sviluppo sociale, occupazionale ed economico. Su questo punto, non solo Kercher, ma tutti gli intervenuti alla seconda giornata del Future Forum, una volta terminato il dibattito, si sono trovati d'accordo.

Alessandro Cesare

FRANCESCO PALUMBO, DIRETTORE GENERALE TURISMO DEL MIBACT

IL MADE IN ITALY MARCHIO DA VALORIZZARE

IL NOSTRO È UN PAESE PICCOLO, IDEALE PER UNA DIMENSIONE PERSONALE, DOVE È POSSIBILE TROVARE PRODOTTI DI QUALITÀ

La bellezza come 'generator' di ricchezza e di occupazione in diversi ambiti: il turismo, il mondo dell'impresa, l'artigianato tipico. Sono solo alcuni degli esempi fatti nel corso dell'incontro inaugurale del Future Forum 2018, che ha aperto i battenti a Udine, nella sede della Camera di Commercio, con gli interventi, tra gli altri, del project manager dell'evento, **Renato Quaglia**, del direttore generale turismo del Mibact **Francesco Palumbo**, di **Manuel Guido** della direzione generale dei Beni culturali, dell'assessore regionale **Gianni Torrenti**. «Abbiamo scelto di dedicare quest'edizione ai siti Unesco - esordisce Renato Quaglia - alla loro bellezza e alle loro potenzialità, intendendoli come strumenti in grado di generare nuova economia turistica, culturale, identitaria. Senza dimenticare la parte occupazionale, perché in questo ambito si possono creare nuove professionalità per i giovani legate al mondo del marketing, delle nuove tecnologie, delle organizzazioni di rete».

Per riuscirci, però, è necessario operare seguendo logiche collaborative, mettendo in rete i siti Unesco, le piccole realtà di qualità e il ricco e diffuso patrimonio storico, lavorando come sistema

a livello di gestione e direzione, di istituzioni e di imprese. «L'Italia - ha chiarito Palumbo - è un Paese noto nel mondo per la sua bellezza, e questo è motivo di ricchezza in primis per il turismo. Un settore in forte crescita negli ultimi anni, in grado di far progredire anche l'economia. Non c'è però solo il turismo, perché la bellezza genera un indotto in molti ambiti. Basti pensare a chi arriva in Italia per vivere un'esperienza turistica fatta anche dei prodotti del 'made in Italy', di quelli dei grandi marchi ma anche delle piccole produzioni». Una potenzialità spesso più valorizzata e considerata all'estero che in Italia: «Un elemento che va migliorato - aggiunge Palumbo - contribuendo a far crescere anche all'interno la considerazione che c'è fuori dai nostri confini, e cioè quella di un Paese piccolo, ideale per una dimensione personale, dove è possibile trovare prodotti di qualità. È quello che stiamo facendo, per dare sviluppo alle piccole produzioni attraverso una veicolazione corretta del marchio Italia». Per farlo serve una collaborazione pubblico privata, tra ministero, ad esempio, e diversi territori. «Oggi l'attenzione verso l'Italia è tutta positiva: dobbiamo utilizzare al meglio questo trend».

Calando il ragionamento sul Friuli Venezia Giulia, Palumbo crede che promuovere, insieme, i cinque poli Unesco della regione, possa essere la chiave di volta per creare sempre maggiore economia: «Il Friuli Venezia Giulia lo può fare in maniera incredibile perché è un territorio ancora poco sviluppato dal punto di vista turistico e anche per questo si è ben mantenuto. Qui è possibile fare ancora un'esperienza vera e genuina». (A.Ce.)





IL FUTURO DELL'ITALIA

LA POLITICA È IN GRADO DI INFLUENZARE LO SVILUPPO DI UN PAESE O L'ECONOMIA VIAGGIA SU ALTRI PARAMETRI?

I luoghi del potere, questo il tema sviluppato nella due giorni di Future Forum tenutosi a Cividale del Friuli, una delle città Unesco del Friuli Venezia Giulia dove esperti di economia, politica e turismo si sono confrontati sul futuro della nostra regione e non solo, davanti ad un pubblico attento e preparato.

Nomi illustri hanno analizzato la situazione attuale del paese con lo sguardo rivolto verso il futuro. Ospiti della due giorni cividalese **Paolo Costa**, di Fondazione di Venezia e Università di Venezia, intervistato da **Omar Monestier**, direttore del Messaggero Veneto; **Giuseppe Zaccaria**, già Rettore dell'Università di Padova, sollecitato dalla direttrice di Telefriuli **Alessandra Salvatori**; **Francesco Giavazzi** economista ed editorialista del Corriere della Sera, intervistato nuovamente da Monestier ed infine **Nicola Rossi**, punzecchiato dal giornalista **Domenico Pecile**.

Se Paolo Costa, nel dibattito "l'opportunità per l'urbs vale il rischio per la civitas?" ha ribadito la necessità di affrontare con strategia la crescita esponenziale dei flussi turistici che ci troveremo ad affrontare, partendo dalla comunicazione prima ancora che dal marketing, soprattutto facendo rete, perché "non c'è modo di raggiungere il turista di domani partendo da soli". Con Zaccaria il pubblico a palazzo De Nordis si è concentrato su una riflessione approfondita sul populismo e sui populismi, parole inflazionate nell'ultimo periodo.

Viviamo infatti in una dimensione di "controdemocrazia", uno

ESPERTI DI ECONOMIA, POLITICA E TURISMO SI SONO CONFRONTATI SUL DESTINO DELLA NOSTRA REGIONE E NON SOLO

stato di agitazione permanente dell'opinione pubblica, diffuso e alimentato ad hoc, un atteggiamento largamente di protesta alla cui base ci sono paure che ci fanno vedere l'altro, il diverso, come un fantasma, un nemico con cui non c'è interlocuzione ma solo contrapposizione. Il populismo è dunque per Zaccaria un "pericolo mortale per la democrazia rappresentativa".

CIVIDALE "BATTEZZATA" DALL'UNESCO COME "I LUOGHI DEL POTERE", RIFLESSIONI SUL POTERE CONTEMPORANEO E IN PROSPETTIVA

Per Giavazzi, invece, l'Italia è un Paese che ha bisogno di scelte politiche e che in assenza di queste non può crescere. Il futuro dell'Italia parte da qui. Un'altra minaccia al Paese è rappresentato dai sussidi alle imprese, un danno allo sviluppo: "Non dovrebbero servire a proteggere le imprese, ma a proteggere i lavoratori".

Nell'incontro con l'economista Nicola Rossi, di Fondazione Italia-Usa si è parlato di politica, cittadini e mandato in bianco. Un problema questo ultimo che è peggiorato con il passare degli anni: l'elettore infatti non conosce nemmeno il "mandatario" e neppure lo mette in discussione. Durante il dibattito sono stati affrontati anche altri argomenti di grande attualità come quello della flat tax e del sistema fiscale italiano, attualmente per Rossi molto iniquo, del reddito di cittadinanza che tanto ha fatto discutere nella recente campagna elettorale e che continua a farlo ma anche ed infine del sistema pensionistico e di possibili soluzioni per i giovani di oggi, gli anziani di domani per cui Rossi intravede soluzioni innovative.

Luciana Idelfonso

FRANCESCO GIAVAZZI

LA RISORSA DELLA NAZIONE SONO I GIOVANI

Per **Francesco Giavazzi**: "L'Italia ha una risorsa fantastica: i giovani. Nonostante la scuola non funzioni e ci siano diverse problematiche ogni anno, generazione dopo generazione, all'università il professore ha la possibilità di confrontarsi con ragazzi dalle forti potenzialità, fattore che emerge sia tra i giovani che decidono di restare in Italia sia tra quelli che vanno all'estero".

"L'Italia è un paese che sa produrre tanto capitale umano e che quindi un futuro lo avrà di sicuro, poi si può fare di tutto per distruggere quanto costruito, ma per ora continuiamo a creare. Andare all'estero non è un male, il problema è che non ci sono altrettanti ragazzi stranieri capaci che arrivano da noi".

Una carta in più per il nostro

Paese potrebbe essere data proprio dall'economia della bellezza che però non è stata tutelata: "L'Italia è conosciuta in tutto il mondo per la natura, per gli edifici e per la sua storia, il guaio è che abbiamo fatto tutto il possibile per rovinare un bel pezzo. Fortunatamente però a disposizione abbiamo molti altri tesori". (l.i.)



PAOLO COSTA

IL PATRIMONIO VA VALORIZZATO E PROTETTO

Per **Paolo Costa** "La politica del turismo si trova davanti a due fenomeni che forse non ha ancora imparato a gestire: la globalizzazione e l'innovazione economica. L'Unesco, per esempio, si interessa solo della ristrutturazione degli edifici, parliamo quindi dell'urbs, ma non della civitas (la comunità), che invece soffre seguendo questa via.

In un paese come l'Italia che ha 5 grandi città rappresentative (Venezia, Napoli, Roma, Milano e Firenze), c'è la tendenza nel voler incrementare il numero di presenze, con la convinzione che l'arrivo in massa sia positivo, percezione che si ha sia a livello nazionale che locale, senza tener conto dell'effetto sociale che può diventare negativo.

Bisogna quindi avere la capacità di reimpostare questo fenomeno, intervenendo con un razionamento politico che permetta di raggiungere un equilibrio da cui dipende il futuro delle nostro patrimonio culturale che va valorizzato, ma anche protetto". (l.i.)



GIUSEPPE ZACCARIA

BISOGNA TORNARE ALLA NOBILE PARTECIPAZIONE

Con **Giuseppe Zaccaria** già Rettore dell'Università di Padova protagonista del dibattito è stato il termine populismo. "Populismo, concetto controverso - spiega Zaccaria - del quale ci sono alcuni elementi che ricorrono e che vengono miscelati in modo diverso in base al momento e al contesto. Populismo che è fortemente incentivato da un uso del fenomeno migratorio e terroristicco, di processi sociali reali, ma che vengono utilizzati artificialmente per far nascere paure e insicurezze, con l'unico scopo di lucrare dividendi politici da parte di movimenti o governi incapaci di mantenere le promesse elettorali".

Ma ci sono populismi "positivi"? Zaccaria ha citato uno studio sulla teoria costituzionale americana, correnti che hanno contrapposto all'egemonia della Corte Suprema americana le caratteristiche e il buon senso dell'uomo comune: "Dobbiamo tornare - ha concluso - a recuperare la funzione nobile della politica e della partecipazione". (l.i.)



NICOLA ROSSI

MANCA UNA CLASSE DIRIGENTE FORMATA

Con **Nicola Rossi**, di Fondazione Italia-Usa la platea ha avuto modo di confrontarsi su un tema molto attuale come quello del mandato in bianco: "Oggi non c'è più alcun riscontro tra politici e cittadini dei territori che li hanno eletti, anzi spesso nemmeno conosciamo il "mandatario".

A questo si unisce un altro problema: la mancanza di una formazione adeguata della classe politica dirigente, in carica non per le competenze ma per il tweet giusto o per l'attimo di gloria raggiunto in un talk televisivo. Con una classe dirigente che si basa solo sulle apparenze, difficilmente si possono trovare risposte per il presente e per il futuro".

Tra le priorità pratiche del Paese, per Rossi, «a parità di bilancio, cioè senza fare un euro di debito, sarebbe fondamentale incidere sul sistema fiscale, ora molto iniquo».

Per i più giovani, che pur devono prepararsi ad affrontare molteplici difficoltà, bisognerebbe riformare il sistema pensionistico per dare anche a loro la possibilità di una vecchiaia serena. (l.i.)





LA CITTÀ STELLATA CONQUISTA ESPINOSA

IL CELEBRE ILLUSTRATORE HA PARTECIPATO AGLI EVENTI CAMERALI:
"LA FORMA DI PALMANOVA È IDEALE PER ESSERE ELABORATA DALL'ARTE"

Un guizzo negli occhi, quello dei sognatori che sono certi che nella propria vita hanno ancora molto da fare, anche se molto lo hanno già messo a segno. È questo quello che colpisce di **Frank Espinosa**, disegnatore di fumetti di fama internazionale, in regione grazie all'iniziativa Future Forum promossa dalla Camera di Commercio di Udine.

Nonostante il viaggio, la stanchezza accumulata Espinosa ha voglia di stare in mezzo ai giovani artisti friulani giunti fino a Palmanova per prendere parte alla maratona ideata per due giorni dall'ente camerale. Un entusiasmo contagioso di vivere e di trasmettere la sua passione per i fumetti, che ti fa venir voglia di prendere un pennello in mano anche se finora non lo hai mai fatto.

Una cittadina Palmanova che, per la sua forma a stella, ha incuriosito molto Espinosa: "Questa forma è fantastica!"

SE I COMPUTER PRENDERANNO IL SOPRAVVENTO, IL GENERE UMANO MORIRÀ. È QUINDI DOVERE DEGLI ARTISTI CONTINUARE A PRODURRE E DISEGNARE

I simboli hanno sempre ricoperto dei ruoli molto importanti per la nostra società e questo a forma di stella è particolarmente forte: unendo le singole punte si crea un disegno più grande e che sicuramente potrebbe essere utilizzato nel mondo dell'arte, incluso quello dei fumetti".

Una passione, quella per i fumetti, che nel caso di Espinosa è nata quasi per caso: "Mi sono trasferito da Cuba quando avevo 7 anni, in un freddo inverno in cui in una città come New York per un bambino abituato a stare all'aperto con temperature caraibiche, c'era poco da fare. Per cui credo che il mio trasferimento e l'attaccamento al mondo dei fumetti siano collegati fra loro. Viste le temperature rigide, non potevo fare altro che disegnare e leggere fumetti. Molto probabilmente se fossi rimasto a Cuba avrei trascorso la mia infanzia su una delle tante spiagge caraibiche dell'isola, stando all'aria aperta e non di certo rinchiuso in casa a fare schizzi di fumetti, appassionandomi per il mondo dell'arte. Deve anche comprendere che la lettura dei fumetti, per me all'epoca, era una via per imparare la lingua facilmente, un metodo in cui immagini e parole convivono perfettamente. I fumetti, infatti, hanno la particolarità di rivolgersi direttamente al lettore, non c'è tramite tra autore e utente finale: parlando direttamente al cervello di chi legge si può creare un approccio diretto".

Una passione che ha portato Frank Espinosa a lavorare per due dei massimi rappresentanti del settore, la Walt Disney e la Warner Bros

"Ero al college, e Disney venne a Ny e visitò il mio college - racconta Espinosa -. Erano alla ricerca di uno stagista per il loro programma di animazione, una sola persona per tutta la nazione e scelsero me. Iniziai a lavorare per loro ad Orlando e da quel momento ebbi diverse occasioni come quella che mi permise di approdare alla Warner Bros dove il mio portfolio è risultato il migliore tra molteplici contendenti".

Il passo successivo fu l'ideazione di Rocketo, il più grande successo di Espinosa, supereroe conosciuto da grandi e piccini e ancora pubblicazione di successo dopo 12 anni dalla sua uscita

e per cui Espinosa sta lavorando al seguito, completamente realizzato a mano. Fu proprio Rocketo ad aprirgli la strada al Massachusetts Institute of Technology dove Espinosa ha insegnato a giovani ingegneri desiderosi di apprendere questa forma di arte. Un'idea quella di Rocketo nata dalla grande passione per il mondo dell'esplorazione da parte dell'autore, che ha deciso di dedicare non a pianeti lontani ma alla terra, facendo incarnare al protagonista un futuro Marco Polo, pronto ad affrontare nuove avventure a mettersi in contatto con persone che ancora non conosce ma tutte rigorosamente umane. Una storia in cui trova spazio anche Cuba, terra mai dimenticata e sempre amata, che rappresenta uno dei paesi presenti nella storia, in continua evoluzione, così come Espinosa spera abbia fatto Cuba in tutti questi anni dove non è ancora tornato.

"L'università ideò appositamente per il mio arrivo il corso "Creazione di mondi e personaggi" e fu fantastico insegnare a questi giovani professionisti del settore informatico".

Sempre più spesso pensando al futuro dei fumetti si ipotizza ad una forma d'arte che sarà sostituita da rappresentazioni realizzate dal computer, mezzo tecnologico sempre più presente nel settore così come nella vita di ogni giorno. Un pensiero però Espinosa non condivide: "Ci deve essere un futuro per quanto realizzato con l'utilizzo delle mani. Non posso pensare che un domani non ci sia spazio per l'arte realizzata dall'uomo, basti pensare all'Italia e al Rinascimento. Se i computer prenderanno il sopravvento, il genere umano morirà. È quindi dovere degli artisti continuare a produrre, disegnare, dipingere e farlo con le proprie forze".

IL RAPPORTO TRA SITI ARCHEOLOGICI E SVILUPPO DELLE CITTÀ

RIPENSARE I BENI STORICI

PER LA CRESCITA DELLA CULTURA PIÙ ORGANIZZAZIONE E MANAGEMENT
COSÌ IL PATRIMONIO PUÒ ESSERE UN MOTORE DELL'ECONOMIA



Per tutti i reportage
dal Future Forum 18
usate questo QR-code

Come coniugare l'architettura contemporanea con i siti storico-artistici? In che modo le città d'arte riusciranno a crescere economicamente e sviluppare nuove fruizioni dei luoghi? In che modo il patrimonio archeologico può essere un motore di diversità? Se ne è discusso durante il Future Forum "Economie della Bellezza" nella città Unesco Aquileia durante i due incontri pubblici che avevano da un lato l'obiettivo di sensibilizzare la platea presente verso tematiche quali la capacità di pensare e ri-pensare i beni storici, tenendo presente l'intersezione insita in una molteplicità di interessi, dall'altro la consapevolezza di dover intraprendere e "mettere in campo" nuove traiettorie future rispettando le preziose vestigia archeologiche presenti nelle città.

Un ruolo chiave, secondo **Pietro Valle**, associato dello Studio Valle Architetti associati di Udine e Milano, lo ricoprirà il dialogo tra l'intervento architettonico contemporaneo e i siti archeologici. Per Valle «l'architettura contemporanea dialoga con il contesto esistente quindi con il paesaggio circostante, l'edificio storico a cui si affianca, il bene storico a cui dà accesso, creando necessariamente delle strategie specifiche per quel sito». Questo può avvenire a più livelli, creando delle strategie. In estrema sintesi, secondo Valle «l'architettura contemporanea invece di cercare di "scimmiettare" il contesto in cui si relaziona, cerca di essere se stessa con i suoi elementi di leggerezza, tecnologie, trasparenza spaziale e informatizzazione per legarsi in maniera più sensibile e leggera possibile al bene archeologico». Si è interrogato sul rapporto tra siti archeologici e sviluppo delle città anche **Ugo Carughi**, presidente Do.co.mo.mo. Italia Onlus. «Lo sviluppo delle città comporta molte problematiche con cui lo scavo, lo studio, il rilievo e la valorizzazione dei siti archeologici devono "fare i conti". Molto spesso non solo si manifestano contrasti tra le esigenze dell'intervento e quelle della tutela archeologica ma addirittura, nel "vivo" delle città, si manifestano contrasti tra interessi e tutela differenti e cioè tra quelli dei reperti archeologici e dell'architettura storica e quelli dell'urbanistica storica - commenta Carughi -. Senza contare poi le altre problematiche funzionali più attuali legate al traffico, percorribilità pedonale, ai problemi di accesso e così via.

Quindi quando lo scavo archeologico avviene nel vivo di una città, pulsante delle proprie peculiarità quotidiane, i problemi sono molto più complicati ma trovano una soluzione migliore perché lo scavo archeologico deve necessariamente vivere nel contesto urbano. Quando avviene in un'area isolata invece soffre di problemi diversi, opposti, di abbandono, di mancanza di risorse economiche e così via.

Carughi ha illustrato ai presenti il progetto della Metropolitana di Napoli - Stazione Municipio, annoverato come una buona pratica a livello internazionale.

"Cambiamento" è stata la parola chiave della seconda serata. Ha parlato di «cambiamenti a vari livelli che vanno recepiti - **Luca Zan**, docente di Arts Management presso l'Università di Bologna, già coordinatore del corso di laurea magistrale internazionale GIOCA (graduate degree in Innovation and organization of culture and the arts) -. Cambiamenti quali una nuova legittimità del visitatore, di processi di consumazione economica e amministrativa delle Pubbliche amministrazioni che vanno tenuti in modo crescente in considerazione senza però perdere la specificità delle organizzazioni artistiche e heritage». Per l'esperto non esistono "formule facili" di soluzione ma c'è un «problema di sostenibilità, di attività "a tutto tondo", sia architettonica che ecologica, ma anche organizzativa e istituzionale».

Un punto di partenza per gestire questa complessità e «per gestire queste criticità è - secondo **Luigi Maria Sicca**, docente di organizzazione aziendale e di organizzazione e gestione delle risorse umane all'Università degli studi di Napoli Federico II -, lavorare sulle specificità delle "resistenze al cambiamento" che ciascuna realtà, con la propria storia, le proprie connotazioni e le proprie specificità mette in campo. Resistenza al cambiamento viene spesso vista come una "brutta" parola - ha sintetizzato l'esperto - ed è una cosa che non dovrebbe succedere. Si tratta, in realtà, di una risorsa molto importante sulla quale lavorare e tradurre i disegni politici e amministrativi in possibili azioni, con prudenza e con sostenibilità» ha chiosato Sicca. **Giada Marangone**



FUTURE FORUM - il programma fino al 13 aprile

PALMANOVA mercoledì 28 marzo

Salone d'Onore, sala CAMAA
ore 15:00 - workshop

Perché si deve collaborare e fare rete?
con **Paolo Zanenga, Mauro De Bona, Alessandro Garofalo, Bruno Felicetti, Luca Caburlotto, Alberto Felice De Toni.**

Salone d'Onore, sala CAMAA
ore 18:00

I vantaggi nella collaborazione e nelle reti. Esperienze e ragioni

Paolo Zanenga, Connection scholè, progetti complessi territoriali

I patrimoni culturali come poli ecosistemici
Mauro De Bona, strategie di impresa

Dagli "egosistemi" agli "ecosistemi": competere e cooperare in mercati complessi

Alessandro Garofalo, laboratori di innovazione;

Il valore della comunicazione di un bene Unesco nel proprio ambiente, istituzione, territorio

Bruno Felicetti, Direttore Azienda per il Turismo della Val di Fiemme

Fare sistema in un territorio

Luca Caburlotto, Direttore Polo Museale del Friuli Venezia Giulia

I musei si parlano. Il sistema museale nazionale alla luce della recente normativa

modera **Alberto Felice De Toni**, Rettore Università di Udine

UDINE, venerdì 6 aprile

Università degli Studi di Udine, Palazzo Toppo Wassermann, Aula 9, Via Gemona 92
ore 10:15

ICT e beni culturali: la valorizzazione del patrimonio, dalla rete immateriale alle aree di guerra, le professioni del futuro

Agostino Riitano, project & cultural manager

Mirko Lalli, CEO di Travel Appeal

Marco Antonio Attisani, Founder e CEO di Watty

Andrea Zannini, Università di Udine

Nico Pitrelli, SISSA Trieste

Simonetta Minguzzi, Università di Udine

modera **Claudio Giua**, direttore IF di Pisa e Digital Strategy Advisor GEDI

FORNI DI SOPRA giovedì 12 aprile

Ciasa dai Fornés, Via Nazionale, 133
ore 15:00

Paesaggio come economia sociale e nuove vie per lo sviluppo sostenibile

Lino Anziutti, Sindaco di Forni di Sopra

Giovanni Da Pozzo, Presidente Camera di Commercio di Udine e Vicepresidente Unioncamere

Maguelonne Déjeant-Pons, Segretario esecutivo della Convenzione europea del paesaggio del Consiglio d'Europa

Alberto Clementi, già Preside Facoltà di Architettura Università di Chieti-Pescara
Paesaggio e nuove vie per lo sviluppo sostenibile

Gino Perissutti, produttore artigianale

Marino De Santa, imprenditore

Sabrina Lucatelli, Coordinatrice Comitato Aree Interne Palazzo Chigi

Progetto Alta Carnia nella strategia delle Aree Interne

TOLMEZZO venerdì 13 aprile

Comune di Tolmezzo, Sala Consiliare
Piazza XX settembre, 1

ore 09:00

Paesaggio come economia civile

Francesco Broglio, Sindaco di Tolmezzo

Giovanni Da Pozzo, Presidente Camera di Commercio di Udine e Vicepresidente Unioncamere

Marco Balzano, scrittore

Cosa chiede e propone il territorio?

Danilo Farinelli, Direttore Consorzio Sviluppo Economico locale Co.si.L.T. Tolmezzo

Franco Sulli, Unione territoriale Intercomunale della Carnia

Ervin Rama, imprenditore

Alessandro Englaro, imprenditore start-up

Sandro Fabbro, Professore associato

Università di Udine

Paolo Castelnovi, Landscape for Torino

Renato Quaglia, project manager Future Forum

ore 11:30 - **Esperienze a confronto**

Vittorio Cogliati Dezza, Segreteria Nazionale Legambiente

Valeria Garibaldi, Vice direttore generale Area Ambiente Comunità resilienti, Osservatorio Pratiche di Resilienza, Coltivare valore

Fiorello Primi, Presidente del Club I borghi più belli d'Italia

Giorgio Tecilla, Direttore Osservatorio del Paesaggio I.s.s.a., Provincia Autonoma di Trento

Ledo Prato, Segretario generale Mecenatè 90

ore 14:30 - **Ateliers di proposte**

Michele Morgante, Presidente Consorzio Innova Fvg

Alessandro Leon, Presidente Cles Economia

Giovanni La Varra, Docente al Dipartimento di Ingegneria Civile e Architettura dell'Università degli Studi di Udine

Edoardo Colombo, esperto di innovazione nei

Turismi

ore 16:30 - **Confronti per l'innovazione nel**

quadro dell'economia civile

Ledo Prato, Segretario generale Mecenatè 90

Si prega di tenere sempre sotto controllo il programma su www.friulifutureforum.com, che ospita la versione aggiornata quotidianamente. Tutti gli appuntamenti sono a ingresso libero ma è necessaria la prenotazione o via mail a friulifutureforum@ud.camcom.it o chiamando lo 0432.273537

GRAND HOTEL MARIN

QUATTRO ESCLUSIVE SUITE IN RIVA AL MARE DI LIGNANO

LE NUOVE STANZE SARANNO DOTATE DI IDROMASSAGGIO, DOCCIA EMOZIONALE E SAUNA FINLANDESE



Da un grande passato si possono costruire ponti solidi verso un futuro ancora più luminoso. Lo sanno bene al Grand Hotel Marin di Lignano Sabbiadoro. La struttura ricettiva non dimentica la sua lunga storia, ma strizza l'occhio alla modernità e lancia lo sguardo verso i tempi

che verranno grazie a un'attesa novità per il 2018.

Nato nel 1903 dal progetto del capostipite **Angelo Marin**, che ha voluto far nascere sul Lungomare Trieste un elegante punto di accoglienza per i turisti, l'hotel sorge in uno degli scorci più belli di Lignano. Un passo alla volta, grazie all'impegno di una famiglia, l'albergo è diventato sempre più attuale e dotato di tutti i comfort. E quest'anno le opportunità dedicate ai visitatori si amplieranno, grazie a quattro esclusive suite che arricchiranno l'offerta di ulteriori 12 posti letto. Nasceranno al sesto e settimo piano, dove è già in corso la costruzione di questa "primizia". Una volta completati i lavori, il Grand Hotel Marin metterà a disposizione in totale 74 stanze e 180 posti letto.

Le quattro nuove suite saranno dotate di sauna finlandese, idromassaggio per due persone e doccia emozionale con vista mare; una stanza assicurerà anche l'opportunità di godere di una terrazza

da 60 metri quadrati. I clienti avranno a disposizione anche un bar, con solarium esterno vista mare e vasca idromassaggio per 8/9 persone, entrambi con copertura per essere fruibili anche in caso di brutto tempo. C'è tutto, insomma, per farsi... coccolare in riva al mare. «Con questa novità - sintetizzano **Marco e Augusto Marin**, del management dell'albergo - vogliamo assicurare non soltanto un tocco di esclusività alla nostra struttura, ma anche stare al passo con i tempi. Desideriamo essere innovativi e fornire ulteriori servizi di alta gamma a chi ci sceglie. Queste stanze, oltretutto, saranno a disposizione soltanto della clientela dell'albergo e non aperte a tutti». L'idea delle suite è stata rafforzata dalle esperienze formative di studio vissute dal giovane Augusto all'estero, in particolare in Spagna.

«Miriamo - concludono gli imprenditori - ad attirare turisti russi, che apprezzano molto la possibilità di un soggiorno di questo tipo».

UNA STRAORDINARIA RIPRESA

KITO WEISSENFELS AL TOP

L'ANNO SI CHIUDE CON 8 MILIONI DI FATTURATO LA CRISI È ALLE SPALLE. NEL 2019 IL BILANCIO SARÀ IN PAREGGIO

Kito Weissenfels di Fusine, a Tarvisio (Ud), si appresta a chiudere l'anno fiscale che si concluderà il prossimo 31 marzo, con numeri estremamente positivi è **Raffaele Fantelli**, l'amministratore delegato di Kito Chain Italia, ad annunciarlo, dallo stabilimento dove vengono realizzati accessori e catene per il sollevamento per Kito, multinazionale giapponese, produttrice di paranchi e gru. "Sta andando bene.

Chiudiamo questo anno fiscale con un fatturato di oltre 8 milioni, quasi 3.5mio€ in più rispetto all'anno precedente. Stiamo vivendo una forte ripresa, con un margine operativo lordo in miglioramento di quasi l'80% ed un portafoglio ordini per il prossimo anno fiscale che inizia ad aprile di 6 milioni. Quanto promesso è stato quindi mantenuto Compresi gli impegni presi con il territorio. Nel prossimo anno abbiamo un piano di investimenti in netta crescita. Abbiamo dimezzato le perdite, in linea con le aspettative del gruppo. E un margine operativo lordo in miglioramento del 70 per cento". "Il raggiungimento del budget per il prossimo anno è previsto sugli 11,5 milioni,

di cui 40% di vendite intercompany ed il 60% a clienti diretti. Nel terzo anno fiscale, a partire quindi dal 1 aprile 2019, il bilancio dell'azienda sarà in pareggio. Kito ha creduto nelle Weissenfels, ed ha investito sin dall'inizio. Il primo anno di lavoro, da febbraio 2016, è stato speso a ricreare tutto da zero: fornitori, clienti, magazzino; registrando comunque un fatturato di 4,7 milioni che, ad oggi, si dimostra cresciuto del 70 per cento. E' stato un lavoro impegnativo. Usciremo dal terzo anno di start up con un ottimo risultato, confermando quanto detto fin dall'inizio. Sono arrivato a Fusine quando avevo 43 anni, ora ne ho 45. È una bella soddisfazione avere traghettato e stare traghettando un'acciaieria storica come le Weissenfels fuori da un momento buio, affianco di un gruppo internazionale e forte come Kito. Molto è stato fatto, ma altrettanto lo dobbiamo ancora realizzare. Siamo inoltre consapevoli del peso specifico di un'azienda storica come le Weissenfels in un territorio come quello del Tarvisiano, ed anche per questo la coerenza dimostrata con i fatti, è da sottolineare con forza".



A TEREZANO E IN VIA PORTAUOVA A UDINE

VANILLÀ, IL TEMPIO DEI DOLCI

NON UN BAR QUALSIASI: SI POSSONO TROVARE PRODOTTI SENZA LATTE, UOVA, GLUTINE, TUTTI BIO

"Vanillà, Vanillà!". Così la chiamavano i bambini francesi ospiti delle navi da crociera dove da ragazza lavorava come animatrice; da quella simpatica storpiatura **Vania Bastianutti** ha tratto ispirazione per il suo locale, un grazioso bar aperto circa un anno fa in Corte Portanuova, assieme a suo marito Marco Nardone, pasticciere a Terenzano.

Non un bar qualsiasi: anche se ha deciso di non connotarlo come vegano, Vania propone esclusivamente prodotti senza latte, uova, glutine e zuccheri raffinati, naturalmente tutti bio. Tutto è però così buono e genuino, dalle sacher alle cheese-cake (ma senza formaggio), che anche chi non ha intolleranze o determinate abitudini alimentari trova da Vanillà dolci gustosi e pasti saporiti. Gli ingredienti di qualità utilizzati da Vania e Marco, privi di qualsiasi

derivati animale, provengono quasi tutti del mercato equo e solidale. In pausa pranzo si possono consumare pasti veloci, come toast con zucchine al forno e hummus di barbabietola o insalata russa (ovviamente con la maionese senza uova), sempre cucinati con prodotti vegani. Alcuni sono anche in vendita, come l'olio di cocco o lo sciroppo di riso o di tapioca, usato ad esempio nel pan brioche.

Quando Vania termina il lavoro al bar raggiunge il marito a Terenzano nella gelateria aperta 11 anni fa; grazie a lei Marco ha seguito la linea vegana ("mio marito prende tutto come una sfida", afferma con orgoglio), e oggi entrambi sposano con convinzione una linea etica che piace sempre più ai friulani.

Ma perché non è specificato che si tratta di un bar vegano? "Purtroppo spesso c'è chiusura, persino sull'assaggio, da parte di chi non è vegano. Per questo non abbiamo voluto precludere un approccio più semplice con i clienti a cui magari può sembrare strano che, per esempio, non usiamo il burro nei nostri dolci. Ci vuole un po' più di tempo, poi si stupiscono di come tutto sia così buono!".

Rosalba Tello



DUE SEDI A UDINE E MOGLIANO VENETO E 25 COLLABORATORI

SERVIZI INTEGRATI PER LE AZIENDE

MGM SVILUPPO DÀ ASSISTENZE PERSONALI ALLE IMPRESE CON OFFERTE COMPETITIVE E RAPIDITÀ DI RISPOSTA

Da quando è nata, alcuni mesi fa, Mgm Sviluppo non ha tolto gli occhi di dosso alle pmi del territorio friulano e veneto. La sua mission, infatti, è quella di affiancare le imprese, che formano l'ossatura della nostra economia, nel loro sviluppo e, anche, nei loro momenti o punti di difficoltà. Ma le risposte personali non sempre risultano essere le migliori. Per questo Mgm Sviluppo ha, nel suo DNA, la passione per la gestione dei servizi e per fare rete. Già dal 2003 è attiva MadCredits srl che si occupa soprattutto di recupero crediti, investigazioni commerciali e raccolta di informazioni commerciali, mentre, dal 2013, Mercurio srl si occupa di telemarketing e call center («Iscritta al Registro degli Operatori delle Comunicazioni», sottolinea il suo amministratore, **Pierluigi Molinari**). Convinti che 1+1 può fare 3, si sono messe insieme facendo nascere la Mgm Sviluppo e nominando presidente un nuovo socio, il giovane Giulio Marchesoni, laureato in economia aziendale con importanti esperienze in ambito commerciale e del marketing, maturate anche in aziende multinazionali.

Per presidiare il territorio operativo, vengono fissate le due sedi di Udine e Mogliano Veneto (Treviso), dove operava già MadCredits con la sua decina di collaboratori. «Cerchiamo di fornire i nostri tanti servizi alle pmi, con l'esperienza che ci contraddistingue e a costi ridotti», spiega l'amministratore **Massimiliano Roncaia**. «Siamo in grado di operare su tutto il territorio nazionale, attraverso 25 collaboratori esterni che rendono efficace ed efficiente la nostra struttura. Dopo anni di esperienza sul campo, abbiamo capito che



possiamo essere utili per offrire opportunità di sviluppo alle pmi, anche in questi momenti di difficoltà economica. E siamo altresì convinti che, il mercato dei servizi, si può affrontare meglio se ci si mette insieme, se si collabora, se si intrecciano le competenze, se si mettono in campo diverse sinergie professionali».

L'avvio della società, una volta stabilita l'utilità fondamentale del mettersi in rete, si è basata sul fare ancora meglio quello che è stato fatto finora. Dunque, è decisamente troppo presto per parlare di novità ma, certamente, alcune sono già all'orizzonte e riguarderanno soprattutto i servizi che verranno offerti ai professionisti. **Marchesoni** è nato a Udine, ma risiede a Treviso ed, evidentemente, ha una conoscenza del territorio e del suo tessuto economico e imprenditoriale che gli consente di mettere in campo un valore aggiunto utile alle due società originarie. Così, in questi mesi di start up, Marchesoni, Molinari e Roncaia si sono dedicati soprattutto a farsi conoscere dalle imprese e ad attivare contatti. Le prime collaborazioni non sono mancate e sono arrivate dai giovani avvocati di Venezia e dalla Confartigianato di Castelfranco Veneto, a esempio, interessati non soltanto ai servizi offerti dalla Mgm Sviluppo, ma anche dalla possibilità degli associati di venire costantemente informati e formati rispetto alle competenze maturate dai tre soci e dai loro collaboratori, nei rispettivi settori di competenza.

Adriano Del Fabro



È IN GRADO DI COINVOLGERE IL CLIENTE NELL'ACQUISTO ONLINE

IL CONFIGURATORE KJOSUL

IL PROGETTO DELLA TARCENTINA SEGNAPROGETTO È STATO SCELTO DAL NETWORK DEL GRUPPO SFA

È una novità nel mondo del 3d ed è un progetto interamente made in Friuli. Kjosul®, il 'configuratore 3d web in tempo realÈ' è infatti un'innovazione che porta la firma di Segnaprogetto, azienda con sede a Tarcento, e che ha già conquistato il benessere dei cugini d'oltralpe: il Gruppo SFA, multinazionale francese con sede a Parigi, ha infatti scelto per il suo network proprio il configuratore della realtà tarcentina.

Kjosul®, è la trasposizione 2.0, della parola friulana 'cjossul', la cui traduzione in italiano significa letteralmente 'cosa'. Non è un semplice configuratore, "la nostra esperienza - hanno chiarito **Carlo Alberto Dana, Paolo Capizzi e Paolo Carrozza**, founder di Segnaprogetto - ci ha portati a superare i limiti degli attuali configuratori grafici, riuscendo, attraverso un approfondito studio, e grazie alle competenze multidisciplinari nostre e del nostro team, a realizzarne uno capace di guidare e coinvolgere il cliente nell'esperienza



d'acquisto on-line».

Qual è l'innovazione di quello 'in tempo realÈ' di Segnaprogetto? Al di là del fatto che non ha bisogno di nessuna App, che può essere inserito direttamente nel sito aziendale, Kjosul® è compatibile con tutti i dispositivi mobili, e con tutti i principali browser web. «La nostra ricerca nel campo delle nuove tecnologie - hanno precisato - è da sempre volta allo sviluppo di soluzioni 'taylor madÈ' (su misura) che soddisfino sempre i nostri clienti e che al tempo stesso siano in grado di stupire e far sognare la loro clientela. Le differenze con gli altri configuratori, infatti, sono molto marcate. Ma ancora più determinante per il risultato finale che offriamo al cliente, è la nostra tipologia di approccio al configuratore. Un approccio rivoluzionaria rispetto agli attuali standard».

Attraverso la possibilità di personalizzare il proprio prodotto "il cliente ha l'impressione di essere all'interno di 'un gioco' (benché in realtà stia valutando da vicino un acquisto) e pertanto si diverte, con la sensazione di poter acquistare qualcosa di unico". Insomma, il 'configuratore web 3d in tempo realÈ' di Segnaprogetto fornisce la possibilità di immergersi ancora di più nell'esperienza d'acquisto. Fa sembrare di avere gli oggetti a un palmo di mano, all'interno dell'ambiente che è stato strutturato ad hoc: si possono zoomare o ruotare a 360°, si possono valutare da ogni punto di vista.

L'ASILO NIDO ROSA E AZZURRO

EDUCARE IN RETE PER FAVORIRE LA CRESCITA DEI BAMBINI



Una struttura residenziale che si è trasformata in un ambiente scolastico in grado di ospitare 30 bambini tra i tre mesi e tre anni, con sei dipendenti e la collaborazione esterna di diverse figure specialistiche di supporto tra pediatria, psicologia, logopedia, igiene degli alimenti e della nutrizione e medicina naturale.

L'asilo nido Rosa e Azzurro nasce nel 1989, in via Mantova a Udine, anticipando i tempi con un servizio educativo domiciliare che la titolare e attuale coordinatrice Anna Tantillo ha voluto sperimentare già negli anni Novanta, quando la normativa prevedeva solo la tipologia di asilo pubblico e non strutture più flessibili alle esigenze delle famiglie. A seguito degli adeguamenti, sia strutturali che pedagogici, richiesti dall'attuale legge regionale 20 del 2005, da dieci anni l'asilo nido privato ha attivato una convenzione con il Comune di Udine, che offre la possibilità agli educatori di entrare davvero in rete e collaborare attivamente allo svolgimento delle varie iniziative organizzate anche per i più piccoli.

LA STRUTTURA VANTA LA COLLABORAZIONE DI DIVERSE FIGURE TRA PEDIATRIA, PSICOLOGIA, LOGOPEDIA E IGIENE DEGLI ALIMENTI

«Il sistema Regionale in questi ultimi anni, oltre a sostenere i servizi educativi, ha attivato una solida politica per il supporto alle famiglie e i gestori hanno dovuto essere costantemente pronti ad accogliervi i notevoli impegni burocratici che ne derivano - spiega **Anna Tantillo** -. Gestire oggi un servizio educativo 0-3 anni significa avere un impegno costante che va al di là del semplice monte ore lavorativo, con ingenti costi economici e portando i coordinatori ad essere continuamente impegnati per garantire un'efficace risposta a un panorama in costante mutazione». Informazioni chiare ai possibili utenti, visibilità del servizio in qualsiasi momento dell'anno, regolare le iscrizioni, essere sempre presenti per un attivo sostegno genitoriale, aggiornare e coordinare gli educatori, collaborare con gli enti pubblici e con i servizi sociali del territorio sono tutte condizioni fondamentali per poter incidere in questo settore. «I genitori si affidano ai servizi educativi qualificati che garantiscono una pronta risposta a tutte le loro necessità sia dal punto di vista pedagogico che igienico-sanitario - aggiunge la coordinatrice - e tutti gli operatori sono costantemente preparati». Il settore sembra oggi essersi ripreso dalla crisi senza problemi. «Essere educatori in questo momento storico - osserva Tantillo - significa essere consapevoli e preparati ad accogliere non solo il bambino che necessita di una figura educativa e di un modello di riferimento valido per crescere e apprendere, ma anche i genitori e le famiglie, perché il luogo del nido venga vissuto come percorso di alta valenza pedagogica, luogo di cura e affettività, di relazioni e sviluppo di creatività, competenze e autonomie. Un luogo di formazione e informazione - conclude - per il primo, delicato, percorso di vita».

Giulia Zanello

GIOVANE IMPRENDITORE

VALENTINA BABBO LA SOCIAL MEDIA MANAGER

Accompagna aziende e professionisti nella riscoperta della loro identità in rete e progetta strategie di comunicazione online. Valentina Babbo, classe 1987, all'inizio del 2012 decide di avviare la sua attività di consulenza web con sede a Udine, Indigo Spot (web: indigospot.it).

"L'idea iniziale era di realizzare siti web - racconta - ma ben presto mi sono resa conto che i social media avevano un grandissimo potenziale".

Quale è stato il suo percorso formativo?

"Dopo l'istituto d'arte mi sono laureata in Conservazione dei beni culturali. Ma mi sono avvicinata prima alla grafica per il web, poi alle piattaforme social e al mondo on line. Ho iniziato a frequentare diversi corsi di specializzazione, come il Master in social media communication della Business School de Il Sole 24 Ore".

Di cosa si occupa come web consultant?

"Aiuto le aziende a raggiungere i loro obiettivi di marketing e di business tramite strumenti digitali, nello specifico realizzo siti web e svolgo attività di social media marketing. Mentre per la comunicazione web mi avvalgo di una rete di collaboratori fidati, l'attività di comunicazione sui social media la svolgo personalmente".

Quali sono state le principali difficoltà in fase di avvio?

"Forse la cosa che ha pesato di più all'inizio è stata l'assenza di contatti. Nata in provincia di Venezia, ho vissuto a Pordenone per molti anni ed alla fine, dopo la laurea, sono rimasta a Udine. All'inizio è stato necessario lavorare molto di relazioni. Entrare a far parte di reti professionali ha aiutato molto. Lo scoglio maggiore rimane però quello della cultura digitale in Italia e l'errata concezione che i social media siano uno spazio ludico incapace di generare business. Un'idea molto distante dalla realtà".

Quali sono state le principali soddisfazioni?

"Cinque anni fa a Udine non mi conosceva nessuno. Oggi posso contare più di 70 clienti, diverse docenze in regione e collaborazioni anche fuori dal Friuli".

Nel tempo è diventata Consigliere in Confcommercio - Gruppo Giovani ed è affiliata al Ditedi, all'interno del quale ha tenuto diversi seminari sulla reputazione online e sulla comunicazione nei social media. Tiene inoltre corsi presso diversi enti e realtà del territorio. **Mara Bon**



IMPRENDITORE STRANIERO

BASHIR GHOBADI, L'AFGHANISTAN IN VETRINA

Non è facile trovare a Udine portafogli, bracciali o sciarpe con i colori della bandiera dell'Afghanistan, un tricolore nero, rosso e verde, con uno stemma al centro. E neanche portachiavi o copri-passaporto con su stampata la mappa del tormentato e affascinante Paese dell'Asia centrale. Una cosa normale, invece, nel negozio gestito da **Bashir Ghobadi**, giovane gestore che proprio dall'Afghanistan è arrivato in Italia nel 2013. Sulla vetrina affacciata su viale Ungheria, al numero 76, in bella vista il nome "Mondialphon". "All'inizio sono partito con l'Internet point - racconta Bashir -, ma poi, con l'avvento degli smartphone, mi sono concentrato proprio sul mercato dei cellulari e degli accessori".

L'attività l'ha aperta nel luglio del 2015, ma oggi il business è trainato dalla telefonia. "Vendo cellulari dai 20 ai 300 euro - spiega il gestore -, quindi si tratta di prodotti per tutte le tasche". Accanto ai telefoni, ogni tipo di accessorio: cuffie, custodie, caricabatterie, pellicole protettive, batterie di ricambio. Bashir continua ad offrire, naturalmente, delle postazioni Internet, e poi altri servizi, come le fotocopie, ma soprattutto il trasferimento di soldi all'estero (in tutto il mondo) tramite Western Union.

Sposato con una connazionale, musulmano, Bashir ha un dipendente (pure lui afgano) e abita nello stesso quartiere dove si trova il suo negozio. Di carattere molto schivo, invece della sua foto ritratto preferisce mostrare i prodotti artigianali "made in Afghanistan", che sono tra i gadget in vendita.

Bashir fotografa il suo business: 10% Internet, 20% money transfer, 70% telefonia e accessori. Quanto alla clientela: 20% italiani, 80% stranieri (siamo in zona stazione). E tra gli stranieri, 20% romeni, 30% Europa dell'Est, 50% tra Pakistani e Afgani. Questi ultimi, però, sono in netta discesa. "Nel 2015 e 2016 c'è stato un boom di arrivi da quei Paesi - fa sapere Bashir dal suo osservatorio -, ma nel 2017 il calo è stato notevole, direi l'80% in meno". Un commento? "Penso che la situazione sia migliorata - risponde Bashir -, perché troppi arrivi senza poter dare lavoro e una adeguata accoglienza si trasformano sempre in problemi". "Spero di continuare con questa attività - afferma -, perché vorrei rinnovare il mio piccolo negozio e anche pensare a qualche servizio nuovo". **Alberto Rochira**



DONNA IMPRENDITRICE

JESSICA LESTANI IL PANIFICIO PER I CELIACI



A volte un problema può diventare un'opportunità. È questo il caso panificio pasticceria "Per tutti i gusti" di Fagagna, negozio specializzato in prodotti senza glutine, senza lattosio e senza uova gestito da **Jessica Lestani**, celiaca dall'età di 12 anni. L'idea di questo progetto nasce dal sogno di una bambina che desiderava trovare il pane fresco ogni giorno. Grazie alla passione per la pasticceria, ai vari corsi frequentati e con l'aiuto della sua famiglia, Jessica ha poi deciso di realizzare questo sogno da sé, aprendo uno spazio dove si vendono prodotti freschi dedicati alle persone con intolleranze alimentari.

Da quanto è aperto? Da settembre 2014.

I bisogni della clientela, da quella volta, sono cambiati? Da quando esistiamo posso dire che arriva sempre gente nuova perché, oltre alla celiachia, ci sono sempre più intolleranze, come quella al lattosio. Vengono anche da fuori regione, dal Veneto ad esempio.

Sono quindi aumentati i casi di intolleranza, secondo la sua percezione? Per me sì.

Da lei arrivano anche clienti senza particolari esigenze? In genere sono soprattutto persone che hanno bisogno di prodotti senza glutine ma poi ci sono anche quelli che desiderano mangiare in maniera diversa. Questo

perché, utilizzando farine senza glutine, spesso si tratta anche di prodotti integrali o particolari che non si trovano in altri panifici.

Quindi parliamo soprattutto di pane, dolci...

Facciamo anche la pizza e dei primi piatti, come la pasta fresca e le lasagne.

Ha intenzione di sperimentare altri prodotti? Per il momento no.

Fa delle promozioni particolari o delle campagne su internet?

Sotto le festività o a Natale uso come canale di promozione Facebook, dove ho una pagina dedicata. Poi faccio parte dell'Associazione Italiana Celiachia come punto di vendita certificato di prodotti senza glutine. Ho anche fatto qualche pubblicità su dei mensili che si occupano di alimentazione.

La pubblicità su internet secondo lei è efficace per attività come la sua? Spesso il passaparola funziona di più. A volte fornendo dei bar con dei biscotti, ad esempio, la gente assaggia e poi magari viene in negozio a provare altri prodotti. Ci sono comunque anche i clienti che vedono la pubblicità su Facebook.

Francesca Gatti



ETICA&ECONOMIA

TRASPARENZA NELLA FINANZA

I PROVVEDIMENTI DEL 2018 VANNO NELLA DIREZIONE GIUSTA
SERVONO COMPETENZA ED EFFICIENZA NEL SETTORE

L'opinione secondo cui la finanza deve assumere una dimensione etica, oltre a una dimensione economica e giuridica, è oggi ampiamente accettata. Se da una parte, quindi, manager e operatori del settore hanno il dovere morale di aumentare il ritorno finanziario degli investitori, dall'altra parte sussiste il dovere morale di rispettare i diritti di tutti gli stakeholders che possono essere influenzati dal conseguimento degli obiettivi perpetrati nella finanza. Sussistono, quindi, doveri morali. Il 3 gennaio 2018 ha debuttato ufficialmente la cosiddetta MiFID II. Tutti sappiamo che l'articolo 47 della Costituzione prevede la "tutela del risparmio in tutte le sue forme". MiFID II diventa operativa, rivisitando la prima versione del 2007, puntando a tutelare proprio quel risparmio. Parliamo, quindi, di etica dei comportamenti in ambito finanziario.

Di MiFID II se n'è già parlato molto: oggi si tratta di puntare l'indice sul fatto che etico non è necessariamente solo ciò che rispetta una legge. Oltre a ciò, infatti, si tratta di improntare all'etica anche i propri pensieri e la propria coscienza.

Innanzitutto va detto, quindi, che non è una "colpa" del risparmiatore, non possedere competenze, conoscenze o anche solo informazioni utili all'investimento. Non è giusto riferirsi a contratti illeggibili, lunghissimi, non modificabili, spesso indecifrabili.

L'auspicio etico riguarda, poi, la necessità di non far pagare ai clienti

costi annui che in molti casi superano il 3%, con punte che valicano il 5%, quando viviamo in anni di tassi a zero e siamo al cospetto di risparmiatori notoriamente decisamente avversi al rischio.

È del tutto evidente che non c'è nulla di male nello svolgere un'attività di vendita con una consulenza strumentale alla stessa, ma l'onestà intellettuale vorrebbe che non si dichiarasse una cosa per un'altra, confondendo e agitando le acque nelle quali si muovono risparmiatori evidentemente poco avvezzi a nuotare in tali mari talvolta pericolosi e con onde anomale.

Peraltro se tutto ciò fosse avvenuto non ci sarebbe stato bisogno di normative che impongono incombenze amministrative e costi aggiuntivi sperando di risolvere finalmente il problema. A chi, al solito, afferma che non è per la sola imposizione di nuove regole che i comportamenti si allineeranno alle stesse va detto che non ci sarebbe stato bisogno di nuove regole se i comportamenti fossero stati consci, intellettualmente onesti, ovvero etici.

L'auspicio per il 2018 è, pertanto, che gli operatori del settore passino da una logica di vendita, costruita sulle asimmetrie informative, ad una di effettiva consulenza verso un risparmio realmente tutelato. MiFID II è etico, ma, come sempre, spetta agli uomini osservare le norme.

Daniela Damele





RISTORANTE DEL MESE. LA GUIDA AUSTRIACA FALSTAFF HA ASSEGNATO LE "DUE FORCHETTE"

QUANDO LA STORIA SI MESCOLO AI SAPORI



AI FRATI È IL RISTORANTE PIÙ ANTICO DI UDINE. RISALE AL 1802
GLI STRANIERI, IN CRESCITA, APPREZZANO LA CUCINA FRIULANA

» MARCO BALLICO

A fine inverno ha offerto ai più affezionati una domenica del suo lavoro, e dei suoi piatti, per festeggiare 13 anni di gestione, ma anche il recente riconoscimento della guida austriaca Falstaff delle due forchette. «Passione, lavoro, fatica: i clienti, con gli stranieri sempre in crescita, apprezzano», racconta **Rosa Paolini** seduta di fronte al caminetto, uno dei simboli della trattoria Ai Frati di Udine, piazzetta Antonini, a un passo dall'omonimo palazzo progettato da Andrea Palladio.

Ti concede pochi minuti, Rosa. C'è da servire al banco dell'osteria, preparare il pranzo, pensare alla cena, a volta organizzare le feste di laurea. Dalle 8.30 del mattino a mezzanotte, domenica esclusa. Con il peso della storia, perché Ai Frati è il ristorante più antico di Udine. L'edificio è datato 1291, la prima locanda, con insegna "Ai Fraris", risale al 1802.

RECENTEMENTE LA TITOLARE ROSA PAOLINI HA FESTEGGIATO CON I CLIENTI PIÙ AFFEZIONATI I 13 ANNI DI GESTIONE

Ristrutturato alcuni anni fa, il locale ha mantenuto lo stile antico da osteria e cucina: travi a vista, arredi d'epoca, tavoli, panche e sedie in legno. Davanti al bancone, ogni mattina in fila all'ora dell'aperitivo, i clienti accompagnano il bicchiere allo stuzzichino immancabilmente servito da Rosa e dalle sue collaboratrici.

Nelle sale (una pure al piano di sopra, spazio elegante, anche con una saletta riservata) ci si siede per pranzo e cena. Piatti e vini tipici friulani, con qualche escursione fuori regione. «Siamo legati alla stagionalità - spiega la titolare -. Con l'avvicinarsi della primavera puntiamo sugli orzotti con sclopit e asparagi». Solo un esempio di una proposta molto ampia, a partire dall'antipasto Ai Frati: frico, potentina, salame con l'acedo, Formadi Frant e Asino. E poi tagliatelle al ragù di coniglio, linguine di San Daniele, gnocchi di patate con ragù d'anatra, come secondi i taglieri di affettati, tagliata, stinco di maiale, guancette, verdure alla piastra con il Montasio. Recente introduzione nel menù la Rosa di Gorizia con le cicciole e al venerdì, appuntamento fisso, il frittolino. Non mancano l'insalata di polpo e il sempre richiestissimo baccalà.

I coperti sono complessivamente un centinaio, compresi quelli dei tavoli esterni. Per le prenotazioni: 0432/506926.

OSTERIA DEL MESE. A ORGNANO FRIÛL MARANGON L'OSTERIA DELL'EX FALEGNAME

Era veramente un falegname, fino a qualche anno fa, **Michele Micelli**, il proprietario-gestore dell'osteria "Friùl Marangon" di Orgnano di Basiliano. Un falegname con la passione per la cucina e soprattutto, per la carne. Così, dopo una serie di vicende personali e una vita passata tra i trucioli di legno, nel 2008 Michele ha deciso di aprire l'osteria nel cuore del borgo rurale di Orgnano. L'osteria è caratterizzata da una bella corte friulana circondata da dei rustici veramente tipici e originali, ricchi di storia. Il fabbricato d'abitazione è un immobile del 1700, con la facciata disegnata da un doppio soppalco con archi in muratura come ce ne sono pochi in regione. Il proprietario della struttura e dell'azienda annessa (a quei tempi), era il senatore e geologo carnico **Michele Gortani** (1883-1966) che è stato pure padrino di battesimo di Michele. Nella ex stalla e fienile si è insediata l'osteria che, dopo qualche anno di apertura, ha sospeso l'attività. Nel 2015, Michele ha ripreso in mano il proprio destino di osteria e ristorante, riaprendo l'osteria e ampliando l'offerta. Infatti, oltre ai tai e ai classici affettati e formaggi, scelti e molto territoriali, offre anche ospitalità in bed & breakfast con 6 camere da 15 posti letto e un ristorante votato alla carne alla brace. Ai tavoli e al bancone si muove, invece, la sua compagna, **Antonella Spinato**. Tra i fornelli, **Marco Bertossi** e, alla parte amministrativa, **Paolo Mattiussi**.

I vini più proposti sono quelli dei Colli Orientali del Friuli, ma c'è anche uno spazio per i vini toscani e di altre regioni d'Italia. Sulla griglia alimentata con legno di faggio, Michele cuoce i tagli pregiati delle scottonne e dell'Angus, preventivamente marinati direttamente da lui. I coperti "invernali" sono circa 60 mentre, durante la bella stagione, fino a 100 persone.

Adriano Del Fabro



BIRRA DEL MESE. A FORNI FOGLIE D'ERBA, FESTA DELLA BIRRA PER I DIECI ANNI

E siamo a dieci: uno dei birrifici artigianali friulani più noti, Foglie d'Erba di Forni di Sopra, celebra il suo decennale. E proprio in questi giorni sono state rese note le date - dal 13 al 15 luglio - e le prime anticipazioni del programma di quella che si annuncia come una festa che coinvolgerà diverse realtà anche oltre le Dolomiti.

Si inizia venerdì 13 con una cena degustazione a tema curata dallo chef fornese **Stefano Lozza**, nella storica pizzeria da Coton - aperta nel 1956 dalla famiglia del mastro birraio, **Gino Perissutti** -: protagonisti saranno piatti e birre da tutta Italia, accomunati dal fatto di richiamare il proprio territorio d'origine. Sabato e domenica i festeggiamenti si apriranno alle 11, e saranno seguiti in diretta

fino alle 16 da Radio Studio Nord. Ad accompagnare le birre di Foglie d'Erba e una selezione delle migliori birre artigianali italiane - che verranno rese note sulla pagina Facebook del birrifico con l'avvicinarsi della festa - sarà il barbecue itinerante de Il Farco e altre specialità gastronomiche. Non mancherà la musica, con il liscio dei Ghidina Folk (sabato alle 16), i ritmi balcanici de

Il Disadattato e la sua orchestra (sabato sera), e il rock dal vivo seguito da dj set domenica sera. Sono in fase di elaborazione delle convenzioni con gli esercizi ricettivi locali per l'alloggio.

«I dieci anni di attività sono un traguardo importante - spiegano Gino Perissutti e i suoi collaboratori - anche perché tanti birrifici artigianali italiani non l'hanno ancora tagliato». Anche quest'anno peraltro è stato segnato anche da importanti riconoscimenti: sono state infatti tre - la golden ale Haraban, la red ipa Surly e la natalizia Nadâl - le birre a salire sul podio nelle rispettive categorie al concorso Birra dell'Anno di Rimini (un terzo e due secondi posti rispettivamente). «Riconoscimenti che ci invitano a considerare il traguardo del decennale come una nuova partenza, e non come punto di arrivo», concludono. **Chiara Andreola**



VENTICINQUE SCUOLE COINVOLTE E 60 INCONTRI

ORIENTARSI NEL LAVORO

YOUNG FA IL PIENO DI STUDENTI CON 1.600 PRESENZE IN TRE GIORNI
MOLTO APPREZZATI I "SALOTTI" CON GLI IMPRENDITORI

È l'appuntamento che mette a disposizione dei giovani le esperienze e le testimonianze di imprenditori e professionisti. È Young, l'evento ospitato negli spazi di Udine e Gorizia Fiere, che anche nell'edizione 2018, la numero dodici, ha fatto il pieno, con più di 1.600 ragazzi iscritti. Tre giorni di full immersion tra le opportunità offerte dal mondo del lavoro, che ha visto coinvolte 25 scuole superiori della provincia di Udine e di Gorizia (tra licei, istituti industriali e professionali) con 60 incontri pensati per stimolare il dialogo e il confronto. Young è una vera e propria vetrina dell'orientamento e dell'alternanza scuola-lavoro organizza da Udine e Gorizia Fiere, Fondazione Friuli e Ufficio scolastico regionale in collaborazione con Regione Fvg, Camera di Commercio e Università di Udine, oltre che con le Consulte studentesche delle province di Gorizia e di Udine.

Il ruolo della Cciaa Udine. Abilità, passioni e talenti costituiscono il perno attorno al quale si sono sviluppati gli interventi e i dibattiti fra i giovani e gli special guest di Young. Un evento che ha visto la Camera di Commercio di Udine protagonista, in sinergia con gli organizzatori e le associazioni di categoria, a maggior ragione ora che la riforma degli enti camerali ha affidato nuove competenze, tra cui quella in tema di orientamento al lavoro e all'impresa. Per il Salone dedicato ai giovani, la Cciaa ha animato i 'Salotti', in cui gli studenti hanno avuto la possibilità di dialogare con imprenditori di tutti i settori, utile momento per fornire loro una prospettiva concreta su che cosa significa veramente avviare e gestire un'attività in proprio, ma anche per far capire loro quali sono le aspettative dell'impresa e quali le caratteristiche delle persone che più desiderano impiegare nella loro attività. Le testimonianze degli imprenditori. Tra i vari 'Salotti' promossi, c'è stato quello a cui hanno preso parte i giovani imprenditori

di Confapi Fvg, **Cecilia Durisolto** di Fau Trasporti, **Nicoletta Fazzolari** della Friulana Accessori, **Stefano Rumiz** della Rumiz F.lli e **Stefano Finoti** di InsidersLAB. È toccato a loro portare una testimonianza di giovani da poco entrati nel mondo del lavoro davanti a un gruppo di studenti delle classi quinte. «Ho voluto raccontare il perché ho iniziato a fare l'imprenditore, quali sono stati i vantaggi e quali le difficoltà - ha affermato Finoti -. Sono giovane ma ho già avuto la fortuna di collaborare con aziende importanti che mi stanno consentendo di inserirmi al meglio nel mondo del lavoro. Ai ragazzi ho detto di andare avanti con passione e con determinazione, di non farsi scoraggiare dagli ostacoli che inevitabilmente si troveranno davanti. Ho cercato di spiegare anche l'importanza di imparare a cadere, perché solo cadendo si può capire come rialzarsi e continuare a sviluppare la propria azienda».

Rumiz, ammettendo che gli sarebbe piaciuto, da studente, avere la possibilità di confrontarsi con il mondo imprenditoriale, ha detto: «Essere qui è utile per loro ma anche per noi, perché parlare con le nuove generazioni è sempre stimolante. Ho cercato di dare qualche consiglio a chi è interessato a intraprendere un percorso da imprenditore».

Durisolto, dall'altra parte della barricata, ci è arrivata da poco, essendosi laureata di recente. «Ho voluto far capire che il mondo del lavoro è bello, e che tuffarsi in questa nuova dimensione è un passo importante che va affrontato con entusiasmo e positività». Infine Fazzolari, che nella sua azienda si occupa proprio di selezionare risorse giovani: «Per quella che è la mia esperienza, preferisco sempre trovarmi di fronte persone impreparate ma propositive e disposte a imparare».

Alessandro Cesare

I COMMENTI DEI RAGAZZI

EVENTO UTILE PER AVERE BUONI CONSIGLI



Titubanti ma curiosi, spaesati ma determinati. I ragazzi che si incontrano a Young hanno mille volti e mille sfaccettature, ma c'è una cosa che li unisce: il desiderio di saperne di più su come costruire il futuro. «Sono qui per ascoltare - ammette Giorgio, studente di una quinta del Marinoni -. Sono ancora indeciso sul percorso di studi da intraprendere dopo il diploma, per questo ho ritenuto interessante partecipare a questo incontro, che dà la possibilità di sentire le parole degli imprenditori. Mi aspetto qualche consiglio su come funziona il mondo dell'impresa insieme a qualche dritta per riuscire a orientarsi meglio». Anche Alessandro, sempre del Marinoni, ha delle aspettative piuttosto alte su Young: «Mi interessa capire come potermi rapportare con le imprese e soprattutto che cosa le aziende si aspettano da noi ragazzi, quali aspetti approfondire e che approccio tenere».

Per questi studenti, quindi, sapersi orientare nel mondo del lavoro è una priorità. «Sto cercando di aprire una start up - ammette Gabriele, anche lui del Marinoni - quindi mi interesserebbe sapere il punto di vista di un imprenditore su questo argomento».

Unanime l'approvazione nei confronti di Young, definito un appuntamento utile, pratico e concreto. «Siamo convinte che sentire parlare chi ha già esperienza - sottolineano Jessica e Denise di una classe quinta del Deganutti - possa servire per aiutarci a scegliere cosa fare il prossimo anno. I libri vanno bene, ma confrontarsi con chi ha già un mestiere è tutta un'altra cosa». (a.c.)



FORMAZIONE INVESTIRE IN PROFESSIONALITÀ

COME UTILIZZARE LA FIRMA DIGITALE PER OTTENERE I SERVIZI GRATUITI DELLA PA - V edizione

Docenti: Funzionario Cciaa
Data: 5 aprile 2018
Durata: 2,5 ore
Costo: 50 €

LA VALUTAZIONE COMPARATIVA CON IL MARKET COMPARISON APPROACH

Docenti: geom. Enrico Boscaro
Data: dal 13 aprile 2018
Durata: 8 ore
Costo: 110 €

L'ARTE DI COMUNICARE CON IL PUBBLICO XII edizione

Docenti: Fabiano Fantini e Massimo Trentin
Data: 16, 18, 23 aprile e 2, 7, 9 maggio 2018
Durata: 18 ore
Costo: 305 €

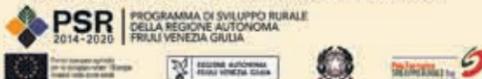
TECNICHE INNOVATIVE IN AGRICOLTURA BIOLOGICA: I SEMINATIVI

Docenti: diversi
Data: dal 18 aprile 2018
Durata: 24 ore
Costo: gratuito per gli aventi diritto

SVILUPPARE STRATEGIE DI MARKETING AGROALIMENTARE

Docenti: diversi
Data: dal 23 aprile 2018
Durata: 24 ore
Costo: gratuito per gli aventi diritto

Nuovi corsi del Catalogo Regionale dello Sviluppo Rurale 2014-2020



FRIULI
FUTURE
FORUM



Camera di Commercio
Udine

Azienda Speciale I.T.E.R.
Camera di Commercio di Udine
via Morpurgo 4 - 33100 Udine

tel. 0432 273 245
ricercaformazione@ud.camcom.it
www.ricercaformazione.it
facebook: @cciaaudformazione



“COSÌ HO TROVATO LA FORMULA GIUSTA DI PARTITA IVA”

LA PASSIONE PER IL “POLLICE VERDE”

MATTEO PONTA HA AVVIATO LA DITTA INDIVIDUALE “PNT GARDEN” GRAZIE ALL’APPORTO DEI CORSI ORGANIZZATI IN CCIAA DI UDINE

Lui, il “pollice verde” ce l’ha fin da bambino. E la sua passione, con il tempo, è diventata un lavoro, anche grazie al fondamentale apporto dei corsi organizzati dalla Camera di Commercio di Udine. **Matteo Ponta**, 27 anni, da un paio di mesi ha avviato la ditta individuale “Pnt Garden”, specializzata in manutenzione e realizzazione di aree verdi.



Il giovane di Tricesimo è qualcosa di più di un “semplice” giardiniere. Ha studiato a fondo il settore, e continua a farlo, per essere sempre aggiornato e competitivo. «Fin da piccolo - racconta Matteo - ero appassionato di piante e terra. I nonni avevano un’azienda agricola a Majano, mio zio nutriva un grande interesse per il verde e me l’ha trasmesso. Da là è cominciato tutto». Ponta cresce in mezzo a vasi e semi, e da ragazzo si cimenta anche in qualche “esperimento”. Crescendo, però, sceglie un’altra strada. «Ho frequentato la scuola alberghiera - spiega - e, visto anche che mi piace viaggiare, ho trovato impiego come cameriere e barista in giro per il mondo. Ma il richiamo di Udine era forte e nel 2011 ho deciso di tornare». Che fare, però? Dopo alcuni lavori saltuari, Matteo frequenta un corso professionalizzante di giardinaggio legato al progetto regionale Pipol. Dopo 250 ore in tre mesi al Cefap di Codroipo, ottiene il

“diploma” di manutentore e realizzatore di aree verdi nel 2016. Da lì comincia a operare stagionalmente al fianco di professionisti del settore «ma nel frattempo - svela Ponta - vedevo che, grazie al passaparola degli amici, mi stavo formando un interessante giro di potenziali clienti. E così ho pensato: perché non mettersi in proprio?». E così, nell’ottobre 2017 per lui si spalanca una interessante opportunità grazie al corso promosso dalla Camera di Commercio di Udine per formare i nuovi imprenditori. «Prima ne sapevo poco e niente di che cosa significasse avviare e sostenere un’attività individuale - sottolinea il giovane friulano -, ma nei due mesi dell’iniziativa ci hanno fornito davvero tante nozioni fondamentali. Mi hanno trasmesso informazioni preziose su come muovermi in ambito burocratico, sui possibili canali per la raccolta di finanziamenti quali i bandi di aiuto alle imprese neo costituite, passando per la costruzione di un business plan e gli strumenti di marketing. Non da ultimo, ho anche imparato a conoscere quelle che sono le scadenze fiscali». Ma oltre al lato teorico, c’è molto di più. Matteo confida che qualche amico o imprenditore della vecchia generazione gli aveva sconsigliato di mettersi in proprio «ma grazie ai professionisti che hanno tenuto il corso Cciao ho trovato la formula giusta di partita Iva per aprire l’attività e mi hanno davvero messo sulla strada giusta, convincendomi a fare questo passo». E così, il 16 gennaio di quest’anno nasce “Pnt Garden”, nome che unisce la prima parte del codice fiscale di Matteo e un piccolo assaggio di internazionalità. La ditta opera in prevalenza nell’hinterland udinese: “armato” di strumenti classici quali decespugliatore e tagliasiepi, Matteo cura con attenzione le aree verdi che gli vengono affidate da privati, aziende ed enti pubblici. Nel mentre continua ad aggiornarsi e a febbraio ha frequentato un corso sulle potature. «Vorrei approfondire il discorso dei giardini verticali e sono molto ferrato sui prodotti biologici, che propongo sempre perché la salute dell’ambiente e dell’uomo sono fondamentali. L’occhio al biologico non manca mai! E un giorno, se il budget lo consentirà, vorrei comprare attrezzature a batteria che non provocano inquinamento in atmosfera e acustico». Progetti per il futuro? «Ingrandire l’azienda - conclude Matteo - e dare un’opportunità a qualche giovane con la mia stessa passione per il verde». **Luciano Patat**

EEN-ENTERPRISE EUROPE NETWORK

FAR EAST FILM ANCHE PER L’IMPRESA



In concomitanza con il 20esimo Far East Film Festival, la Camera di Commercio di Udine, in collaborazione con il Cec e il Fondo Audiovisivo Fvg, organizza un approfondimento e una serie di incontri b2b per le imprese, dedicati al tema del “Product placement nei film: opportunità per accrescere la consapevolezza del proprio marchio in Unione europea e Asia”. L’appuntamento, realizzato dalla Cciao tramite la sua Azienda speciale I.Ter, sportello di EEN-Enterprise Europe Network, si terrà nella sede dell’ente camerale, in sala Valduga, venerdì 27 aprile.

Ma che cos’è il “product placement” nei film? È una tecnica pubblicitaria per promuovere prodotti o servizi in modo non tradizionale, di solito attraverso apparizioni in film, televisione o altri media. I posizionamenti sono spesso avviati attraverso un accordo tra un produttore o un fornitore di servizi e una società di media. Il product placement ha potenzialità ancora poco conosciute e l’iniziativa punta perciò a facilitarne una migliore conoscenza e a organizzare b2b tra produttori cinematografici interessati e tutte le pmi o organizzazioni che cercano occasioni per crescere in Ue e Asia: almeno venticinque

VERRANNO ORGANIZZATI B2B TRA PRODUTTORI CINEMATOGRAFICI E IMPRESE IN OCCASIONE DEL FESTIVAL DEL CINEMA ASIATICO UDINESE

i produttori cinematografici presenti, dall’area asiatica ed europea. Gli incontri d’affari saranno preceduti dal seminario “Product placement: the legal frame of reference and success stories”.

Per aderire è necessario iscriversi online sul portale dedicato all’evento:

<http://www.b2fair.com/product-placement-films> inserendo nella sezione “Registration” i propri dati necessari per ricevere la username e password.

La password permette alle aziende di gestire autonomamente il proprio profilo di cooperazione, la descrizione del prodotto, il settore di attività e la scelta dei partner da incontrare.

I partecipanti potranno prenotare online gli incontri bilaterali e gestire la propria agenda in base alle richieste e preferenze. L’agenda finale verrà inviata via mail preliminarmente all’evento.

La partecipazione agli incontri è gratuita. Per info 0432.273532-230 o mail progetti.info@ud.camcom.it.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432 273 532 / 534
progetti.info@ud.camcom.it
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 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, cofinanziata dall’Unione Europea.



FIERA INDUSTRIAL SUPPLY HANNOVER - INCONTRI BILATERALI ENTERPRISE EUROPE NETWORK - Hannover (GERMANIA)
24-27 aprile 2018 | Meccanica Elettronica

MISSIONE IN RUSSIA - Mosca (RUSSIA), Fryazino (GEORGIA)
04-08 giugno 2018 | Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro

VISITA STUDIO INDUSTRY 4.0 - Pechino, Shanghai (CINA)
11-15 giugno 2018 | Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro

MISSIONE IN MESSICO E COLOMBIA - Città del Messico, Bogotá (MESSICO, COLOMBIA)
08-12 ottobre 2018 | Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro

PARTECIPAZIONE ALLA REAL ITALIAN FOOD&WINE - Londra (GRAN BRETAGNA)
08 novembre 2018 | Food&Wine

HONG KONG INTERNATIONAL WINE & SPIRITS FAIR - Hong Kong (CINA)
08-10 novembre 2018 | Food&Wine (vitivinicoltura)

BORSA VINI MESSICO - Città del Messico (MESSICO)
09 ottobre 2018 | Food&Wine (vitivinicoltura)

GRANDI DEGUSTAZIONI DI VINI ITALIANI IN CANADA - Toronto, Montreal (CANADA)
29-31 ottobre 2018 | Food&Wine (vitivinicoltura)



INCONTRI BILATERALI INTERNAZIONALI PER IL “PRODUCT PLACEMENT” IN ASIA E UNIONE EUROPEA - FAR EAST FILM FESTIVAL - Udine
27 aprile 2018 | Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro

MIRABILIA - BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO - Pavia
29-30 ottobre 2018 | Altro (Turismo)

UDINE OFFICE - ICDO (ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE ONTARIO) - Udine
Aperto i pomeriggi di lunedì, martedì e giovedì | Multisetoriale



NON SOLO TESSERA CARBURANTE

I SERVIZI CAMERALI A DISPOSIZIONE DEI SAPPADINI



Primo incontro a Sappada, il 15 marzo scorso, tra il presidente della Camera di Commercio di Udine Giovanni Da Pozzo e il sindaco della cittadina montana **Manuel Piller Hoffer**, nuovamente parte del Friuli Venezia Giulia dalla fine dello scorso anno. Il presidente **Da Pozzo**, accompagnato dal

segretario generale **Maria Lucia Pilutti**, ha presentato al sindaco i principali servizi della Cciao udinese a favore delle imprese e si è accordato con il primo cittadino per organizzare delle giornate di approfondimento con cittadini e imprese sappadini, che potranno comunque poi fare riferimento agli uffici di Udine, ma soprattutto a quelli della sede staccata di Tolmezzo, in via Carducci, 22. In questo avvio di collaborazione, la Camera di Commercio sarà però presente anche direttamente a Sappada: innanzitutto, per due giornate, ieri e oggi, 27 marzo, in cui due funzionari della Camera udinese sono a disposizione della popolazione, all'interno del palazzo municipale sappadino, per il rilascio delle tessere carburante (si stimano circa 800 tessere) a tutti i cittadini interessati. Quindi, il secondo appuntamento è per il prossimo 11 aprile, alle 18. Questa volta sarà un incontro dedicato a imprese e categorie economiche, ma aperto ovviamente a tutti i cittadini interessati: la riunione ha l'obiettivo di far conoscere nel dettaglio servizi e opportunità dell'ente camerale per il territorio. In particolare, saranno illustrate le iniziative per lo sviluppo dell'iniziativa imprenditoriale, l'innovazione e la digitalizzazione, i finanziamenti e i contributi alle imprese in tanti settori, sia camerali sia della regione, la formazione per imprese, lavoratori e aspiranti imprenditori, e di promozione del turismo e del territorio.



GRANDE CURIOSITÀ PER LA "MONETA VIRTUALE"

IL FENOMENO DEI BITCOIN

PARTECIPAZIONE ECCEZIONALE AL CONVEGNO ORGANIZZATO DALLA CCIAA I RELATORI NE HANNO ANALIZZATO GLI ASPETTI ECONOMICI E FISCALI

Criptovalute e, in particolare, i bitcoin. E soprattutto la tecnologia blockchain che ne sta alla base, completamente disintermediata e applicabile ben al di fuori dell'ambito finanziario in cui è nata, potenzialmente rivoluzionando interi settori produttivi e la stessa sussistenza del sistema di potere, bancario, burocratico. Se ne parla e se ne scrive tantissimo, soprattutto dalla fine del 2017, con l'aumento del prezzo di questa "moneta virtuale", ma i momenti di confronto sono pochi e non c'è ancora uniformità di interpretazione o definizione, pur essendo crescente - e in modo esponenziale - la curiosità e la voglia di sapere. Così è anche in Friuli, almeno stando all'affluenza eccezionale (un pubblico di tutte le età, tanti imprenditori e tantissimi i giovani) al convegno dedicato al tema, il primo, organizzato dalla Camera di Commercio di Udine a fine febbraio insieme al Consorzio camerale per l'economia e la finanza di Milano: Sala Valduga completamente piena e piene anche le due sale video-collegate, con oltre un centinaio di persone connesse anche da remoto alla diretta streaming dell'evento, in cui si sono analizzati in particolare gli aspetti economico-finanziari, fiscali e giuridici legati alle criptomonete. Ad aprire i lavori, il presidente Cciao **Giovanni Da Pozzo**, che ha evidenziato «l'importanza di cominciare ad approfondire questi "strumenti", perché è importante riuscire a inquadrarli senza giudizi né pregiudizi, rappresentando un'innovazione in grado di influenzare l'economia e, più ampiamente, le nostre vite». E così è iniziato il seminario, moderato da **Stefano Miani** dell'Università di Udine, con gli interventi qualificati di **Domenicantonio De Giorgio**, Financial and investment advisor indipendente - che ha introdotto e "fotografato" la realtà delle cripto valute e della blockchain -, nonché di **Andrea Paltrinieri** dell'Università di Udine, che si è concentrato sulle anomalie del mercato e i contratti finanziari applicabili, seguito, sulle implicazioni legali e fiscali del comparto, da **Flavio Notari** della John Cabot University.

E quindi, di che cosa si tratta? Innanzitutto, va distinta la cripto moneta - "open source" e sprovvista di un'autorità centrale - dalla tecnologia che c'è alle spalle. A fine gennaio, le criptovalute sul mercato erano 1524: il bitcoin, primo "arrivato", rappresenta da solo il 36% del totale del mercato. È una vera moneta o è uno strumento finanziario, visto quanto è soggetto a profondissime oscillazioni? Una risposta definitiva non c'è ancora, anche se è chiaro che si tratta di



unità per comprare beni e servizi, che sono movimentate attraverso un conto, il «portafoglio elettronico» (wallet), consultabile via internet, e che possono essere acquistate con moneta tradizionale su una piattaforma di scambio, in un Atm o ricevute online direttamente da qualcuno che le possiede, per poi essere tenute nel wallet. Anche se sono quasi quotidiane le notizie di Paesi che effettuano chiusure o blocchi ai mercati di negoziazione o definiscono non impiegabile il bitcoin come strumento di pagamento "pubblico", ci sono sempre più operatori privati, specie per l'e-commerce, che accettano pagamenti in criptovaluta in tutto il mondo. Se questa è dunque l'unità di scambio, alla base c'è la blockchain, letteralmente una "catena di blocchi": è una tecnologia crittografica peer-to-peer, ossia un sistema distribuito che consente di operare transazioni che restano tracciate e pubbliche, in cui manca l'intermediazione. Si tratta di una tecnologia che può prescindere dalla moneta e dalla finanza, ed è applicabile in moltissimi campi. Il rischio, oltre all'elevatissima possibilità di fluttuazione finanziaria, è quello, secondo i relatori, dell'anonimato. L'impiego di tale tecnologia su vasta scala, non strettamente "monetaria" ma industriale, può portare, poi, alla rinuncia a "gradi" di sicurezza o di privacy. In Italia, come ha evidenziato l'ultimo relatore, l'acquisto, l'utilizzo e l'accettazione in pagamento delle valute virtuali deve ritenersi lecito. Anche se l'acquisto, lo scambio e l'utilizzo di criptovalute non sono assistiti da tutele legali o contrattuali analoghe a quelle che accompagnano le operazioni in valuta.

MARZO

- 27** AIUTI A FONDO PERDUTO PER INTRODUZIONE SERVIZI E TECNOLOGIE INNOVATIVE DELLE PMI - ICT
Apertura termini presentazione domande (ore 10.00)
- 28** FUTURE FORUM - I VANTAGGI NELLA COLLABORAZIONE E NELLE RETI. ESPERIENZE E RAGIONI
Palmanova

APRILE

- 05** COME UTILIZZARE LA TUA FIRMA DIGITALE PER OTTENERE I SERVIZI GRATUITI DELLA PA (V Edizione)
Cciaa Udine
- 06** VOUCHER DIGITALI 14.0 PER PMI PROVINCIA DI UDINE
Chiusura termini presentazione domande
- 06** FUTURE FORUM - ICT E BENI CULTURALI
Udine
- 11** MISSIONE IN NORDAFRICA (fino al 12 aprile)
- 12** FUTURE FORUM - PAESAGGIO COME ECONOMIA SOCIALE E NUOVE VIE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE
Forni di Sopra
- 13** LA VALUTAZIONE COMPARATIVA CON IL MARKET COMPARISON APPROACH
Cciaa Udine
- 13** FUTURE FORUM - AREE INTERNE E DI MONTAGNA
Tolmezzo
- 16** L'ARTE DI COMUNICARE CON IL PUBBLICO (XII Edizione)
Cciaa Udine

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

- 18** TECNICHE INNOVATIVE IN AGRICOLTURA BIOLOGICA: I SEMINATIVI
Cciaa Udine
- 20** ACCOGLIENZA OPERATORE LCBO MONOPOLIO DELL'ONTARIO
Cciaa Udine (fino al 21 aprile)
- 23** SVILUPPARE STRATEGIE DI MARKETING AGROALIMENTARE
Cciaa Udine
- 23** PARTECIPAZIONE ALLA FIERA INDUSTRIAL SUPPLY HANNOVER 2018 E INCONTRI D'AFFARI ENTERPRISE EUROPE NETWORK (fino al 27 aprile)
- 25** INCONTRI BILATERALI INNOFORM ENTERPRISE EUROPE NETWORK
- 27** INCONTRI BILATERALI INTERNAZIONALI PER IL "PRODUCT PLACEMENT" IN ASIA E UE Udine (FAR EAST FILM FESTIVAL)
- 30** PROGRAMMI MASTER DI ALTA FORMAZIONE MANAGERIALE
Chiusura termini presentazione domande (ore 16.30)

FRIULI FUTURE FORUM
Future Forum 2018 ECONOMIE DELLA BELLEZZA
Programma relatori, orari, luoghi, prenotazioni e sedi su www.friulifutureforum.com

CALENDARIO

Camera di Commercio di Udine

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

Novità dalla Cciao

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

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

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER
Ramo Promozione
progetti.info@ud.camcom.it

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER
Ramo Formazione
www.ricercaeformazione.it

Friuli Future Forum
www.friulifutureforum.com
info@friulifutureforum.com



Camera di Commercio
Udine

