



GLI IMPRENDITORI DEL FUTURO

I PREMI DI JUNIOR ACHIEVEMENT E STORIE DI ALTERNANZA ALLE PAGINE 14 E 15

UNESCO TRAINO DEL TURISMO

Da pag. 3 a 5



IL MEMORANDUM DI AQUILEIA

Pag. 6



ECCO IL TERMINAL DELL'INTERPORTO

Pag. 16





UPEconomia in formato digitale!

Mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:

Giovanni Da Pozzo

Direttore responsabile:

Chiara Pippo

Vicedirettore:

Massimo Boni

Caporedattore:

Davide Vicedomini

Editore e Redazione:

Camera di Commercio di Pordenone-Udine

via Morpurgo, 4 - 33100 Udine

Corso Vittorio Emanuele II, 47 - 33170 Pordenone

Per scrivere alla redazione:

up.economia@pnud.camcom.it

Progetto grafico:

Unidea / Udine

Impaginazione/Fotoliti:

Creactiva / Udine

Stampa:

Finegil Editoriale Spa Divisione Nord-Est

Fotoservizi:

Petrussi Foto Press

Archivio:

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

e Tassotto&Max

SOMMARIO



UNESCO

MIRABILIA PUNTA ALL'EUROPA pag. 3

CULTURA TRAINO DEL TURISMO pag. 3

I SITI (CIVIDALE - DOLOMITI FRIULANE - PALMANOVA - PALÙ - AQUILEIA) pag. 4

LE AZIENDE (HOTEL AI DOGI - PUNTO DI FUGA - HOTEL DAVÒST - PALMANOVA OUTLET VILLAGE) pag. 5

IL MEMORANDUM DI AQUILEIA pag. 6

LA CONGIUNTURA PORDENONESE

MANIFATTURIERO, LA CRESCITA SI È ESAURITA pag. 6



LE IMPRESE DEL MESE pag. 7-10

GLI IMPRENDITORI DEL MESE pag. 11-12

GLI ASSAGGI DEL MESE pag. 13



JUNIOR ACHIEVEMENT E STORIE DI ALTERNANZA pag. 14-15



CAMERA DI COMMERCIO

ECCO IL TERMINAL DELL'INTERPORTO pag. 16

NUOVO QUESTORE IN VISITA ALLA CCIAA pag. 16

L'INTERVISTA AL PRESIDENTE ANGELO TORTORELLI

MIRABILIA SI ALLARGA E PUNTA ALL'EUROPA

L'ASSOCIAZIONE CHE RADUNA I SITI UNESCO È A UN PUNTO DI SVOLTA
LA RETE POTREBBE ABBRACCIARE FRANCIA, SPAGNA, GRECIA E BULGARIA



STRUTTURA PRODUTTIVA

Città	Localizzazioni attive	Imprese ricettive	Imprese di ristorazione	di cui ristoranti, trattorie...	% su totale
Aquileia*	305	9	38	23	15,41%
Cividale del Friuli*	1.147	5	139	66	12,55%
Palmanova*	624	8	58	24	10,58%
TOTALE siti Unesco	2.076	22	235	113	12,38%
FVG	113.362	1.334	9.526	4.832	9,58%

TURISMO

Città	Arrivi Stranieri	Arrivi totali	Presenze di Stranieri	Presenze Totali	% Presenze straniere
Aquileia*	21.468	31.857	99.529	126.303	78,80%
Cividale del Friuli*	8.893	17.297	20.486	42.013	48,76%
Palmanova*	5.701	11.549	7.611	17.469	43,57%
TOTALE siti Unesco	36.062	60.703	127.626	185.785	68,70%
FVG	1.283.417	2.448.834	4.965.583	8.729.955	56,88%

Fonte: InfoCamere e Istat
*NOTA: A mero titolo esemplificativo, sono stati rilevati i dati di tre dei cinque siti Unesco Fvg, i più facilmente assimilabili per territorio a quello delle tre cittadine

Mettere in collegamento aree accomunate dalla rilevante importanza storica, culturale e ambientale puntando allo sviluppo sostenibile delle comunità e delle economie locali facendo leva sull'inesestimabile patrimonio dei Siti Unesco. L'associazione Mirabilia network, nata nel 2012 per valorizzare le eccellenze comuni ai vari territori appartenenti ai settori del turismo culturale, al fine di proporli a un pubblico internazionale sempre più esigente, è arrivata oggi a un punto decisivo.

MIRABILIA PERMETTE DI PROGETTARE INIZIATIVE COMUNI E DI ORGANIZZARE INCONTRI FRA IMPRESE DEL TURISMO E DELLA CULTURA DELLE AREE COINVOLTE

«Oggi siamo a una svolta - spiega il presidente **Angelo Tortorelli** - siamo nelle condizioni di dover decidere se e come allargare questo progetto». Un tema, quello dell'allargamento della rete italiana che riunisce le Camere di Commercio (tra cui Pn-Ud) i cui territori ospitano siti Unesco e che realizza attività di promozione comune per garantire maggior forza comunicativa e operativa a ciascuno dei siti coinvolti, ma anche alle imprese che ruotano attorno a essi, che è stato anche oggetto del recente tavolo del comitato direttivo: «da un lato - spiega ancora Tortorelli - si va verso un ampliamento del numero di Camere di commercio coinvolte, attualmente 17. L'altra scommessa è quella di far aderire l'Europa. Proprio dall'Europa è venuta questa forte esigenza di ampliare gli orizzonti del network Mirabilia: L'allora commissario europeo Antonio Tajani ci disse che a Bruxelles, per finanziare questo progetto, vogliono una visione europeistica». In vista di un possibile allargamento stanno già lavorando, secondo quanto riferito da Tortorelli le Cciao francesi, «ma non escluderei azioni concrete anche da parte di quelle greche e spagnole. Con gli enti camerali della Bulgaria stiamo già condividendo un progetto. Un'azione, dunque, estendibile a livello europeo: stiamo lavorando perché la primogenitura abbia un ruolo ben definito, utilizzabile per la visibilità dei nostri territori e del nostro turismo». Il segreto di Mirabilia è dunque l'unione che fa la forza: permette infatti di confrontare esperienze e progettare iniziative comuni, di realizzare attività sui singoli territori, di organizzare incontri fra imprese del turismo e della cultura delle aree coinvolte e di metterle in relazione con operatori del turismo culturale europei e internazionali, come avviene per esempio nella Borsa Internazionale del Turismo Culturale, che Mirabilia organizza annualmente in modo itinerante nelle diverse località del network e che quest'anno sarà a Matera, capitale europea della cultura, il 18 e 19 novembre. Del Consiglio comunale di Matera fa parte lo stesso Tortorelli: «Noi a Matera - spiega - abbiamo un sindaco che ha 83 anni che ripete sempre: se ce l'ha fatta Matera, ce la può fare tutta l'Italia. La nostra città è passata in un ventennio da "vergogna nazionale" a capitale europea della cultura». Per Mirabilia la cultura è un motore potente, ma spesso la cultura non è proprio tra i primi capitoli finanziati. «Non saremmo italiani se non fossimo diffidenti - ammette Tortorelli -. Questa diffidenza dobbiamo trasformarla in certezza, facendo capire come la cultura non sia di pochi: e in questo stiamo avendo grandi soddisfazioni perché, rispetto ad altri progetti, siamo diretti, lavoriamo perché i nostri imprenditori possano essere accompagnati con successo nel mondo». **Anna Casasola**

I DATI DEL CENTRO STUDI UFFICIO STATISTICA DELLA CCIAA

LA CULTURA IN FRIULI MOTORE DEL TURISMO

IL 40% DELLE IMPRESE CULTURALI IN ITALIA OPERA NEI 993 COMUNI INCLUSI NEI 53 SITI UNESCO

È come una reazione a catena quella generata dall'economia della cultura e della creatività nel nostro Paese: per ogni euro prodotto dalla filiera della cultura se ne attivano 1,8 in altri settori dell'economia. A confermarlo i dati elaborati dal Centro studi-ufficio statistica della Camera di Commercio Pordenone-Udine secondo i quali l'economia della cultura e della creatività è uno dei motori trainanti dell'economia italiana, uno dei fattori che più alimentano la qualità e la competitività del made in Italy. Complessivamente, il sistema produttivo culturale e creativo, fatto da imprese, pubbliche amministrazioni e non profit, genera oltre 92 miliardi di euro e attiva altri settori dell'economia, arrivando a muovere nell'insieme 255,5 miliardi, equivalenti al 16,6% del valore aggiunto nazionale. È un dato comprensivo del valore prodotto dalle filiere del settore, ma anche di quella parte dell'economia che beneficia di cultura e creatività e che da queste viene stimolata, a cominciare dal turismo. Questa "ricchezza" si riflette in positivo sull'occupazione: il solo

sistema produttivo culturale e creativo dà lavoro a 1,5 milioni di persone, che rappresentano il 6,1% del totale degli occupati in Italia. Le imprese attive nella filiera sono 415mila. Tra le prime regioni per incidenza del valore aggiunto del sistema produttivo culturale sul totale dell'economia ci sono anche il Friuli Venezia Giulia e il Veneto che occupano l'8° posto: il valore aggiunto stimato per la nostra regione è pari a 1,79 miliardi di euro. Il 40% delle imprese culturali in Italia opera nei 993 comuni inclusi nei 53 siti Unesco. E in questi territori il livello di utilizzazione delle strutture turistiche (presenze per posti letto) è 1,6 volte superiore a quello degli altri territori: 29,6% contro il 18,8%. Un altro dato che conferma la potenza attrattiva dei centri di interesse storico culturale è quello relativo alle percentuali di arrivi di turisti nella nostra regione dove, al secondo posto, dopo le località balneari (43,19%) si assesta il turismo culturale (17,59%). Guardando alle performances per tipo di destinazione a livello nazionale nel 2017 la dimensione economica della spesa per la vacanza è stata per il 59,6% culturale, a fronte del 21% balneare, e del 5,5% montano. La vacanza culturale, con oltre 15 miliardi spesi nel 2017, diventa dunque la seconda destinazione dopo il mare.

(a.c.)

SPESA TURISTICA ATTIVATA DAL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO (2017)

Pos.	Regione	Valori assoluti (milioni di euro)	% su totale nazionale	Incidenza % sul totale della spesa turistica
1	Friuli Venezia Giulia	865,6	2,8	51,8
2	Marche	1.011,4	3,3	51,6
3	Lazio	3.604,0	11,7	50,9
4	Piemonte	2.069,5	6,7	48,8
5	Lombardia	3.910,1	12,7	47,6
6	Veneto	3.627,2	11,7	41,3
	ITALIA	30.898,7	100	38,1

Fonte: Unioncamere, Symbola, Io sono la cultura: rapporto 2018

CIVIDALE DEL FRIULI

INVESTIMENTI E CONVEGNI IL TURISMO SPICCA IL VOLO

IL TEMPIETTO LONGOBARDO È UN GIOIELLO
REGISTRA 50 MILA PRESENZE L'ANNO

Dal 2011 Cividale del Friuli ha ottenuto il riconoscimento di patrimonio mondiale Unesco grazie al suo storico legame con i Longobardi. «Negli ultimi anni - chiarisce il sindaco **Stefano Balloch** - i cittadini hanno imparato ad acquisire consapevolezza



di questo importante riconoscimento. La gente ha compreso che la nostra cittadina ha un valore spendibile al di là dei nostri confini, e che proprio per questo può essere valorizzata per ottenere una ricaduta in termini turistici». Assieme a questa consapevolezza delle persone, è cresciuta anche la volontà dell'amministrazione comunale di valorizzare il patrimonio esistente, rendendolo fruibile a un numero sempre maggiore di visitatori, rispettando gli standard dell'Unesco. «Sono state impiegate risorse importanti per il Tempio Longobardo e per il complesso di Santa Maria in Valle, che ci hanno consentito di aprire un centro visitatori: tre investimenti pari rispettivamente a 3, 2,6 e 2,9 milioni di euro. Entrare a fare parte di questo sistema di rete - aggiunge il primo cittadino - ci ha permesso di ospitare una serie di convegni e di eventi che hanno

portato in tutta Italia le nostre attrattive storiche e culturali». E ora, dopo un lavoro a testa bassa durato anni, anche la Regione ha dato un riconoscimento ufficiale al patrimonio di Cividale. Si tratta del disegno di legge denominato 'Misure di sostegno a favore

del patrimonio regionale inserito nella lista del patrimonio mondiale posto sotto la tutela dell'Unesco', che mette a disposizione risorse pluriennali non solo per la gestione ordinaria dei beni, ma anche per l'attività di conservazione, promozione e fruizione. «È un passo significativo - ammette Balloch - perché finalmente la Regione decide di trattare tutti i siti Unesco allo stesso modo. Una ricchezza di tutto il Friuli Venezia Giulia che va valorizzato a dovere. Finalmente ci sarà una legge ad hoc per farlo». Per quanto riguarda i numeri delle presenze turistiche, Cividale ormai si è ritagliata uno spazio importante nel panorama regionale. Basti pensare che ogni anno sono circa 50 mila le persone che acquistano il biglietto per visitare il Tempio, rendendolo autonomo dal punto di vista finanziario.

Alessandro Cesare

LE DOLOMITI FRIULANE

APPELLO A RAFFORZARE IL MARKETING COMUNE

LA MONTAGNA HA UNITO IN QUESTI ANNI
LE POTENZIALITÀ AMBIENTALI E CULTURALI

La rete creata tra i siti Unesco della provincia di Udine sta dando i suoi frutti. Ora serve un ulteriore passo avanti, per dare una "struttura" territoriale a questa organizzazione, con l'obiettivo di portare avanti attività di marketing comuni. La



sollecitazione arriva dall'amministrazione di Forni Di Sopra. «Il successo della collaborazione tra i siti Unesco del Friuli è innegabile - rende noto l'amministrazione - ma si sta ancora cercando un filo conduttore per definire nei dettagli l'organizzazione tra i

vari Comuni coinvolti e la Camera di Commercio, in modo da far compiere un ulteriore salto di qualità a questo progetto. Tutti siamo convinti delle potenzialità, a livello internazionale, di questo marchio unico Unesco, che può fare solo del bene ai nostri territori e all'intero Fvg». Il riferimento è alla possibilità di poter disporre di uffici dedicati alla promozione e alla pubblicizzazione della rete Unesco. Si è certi che la forza di questa rete stia proprio nella collaborazione tra i diversi

soggetti coinvolti: «Per quanto riguarda Forni di Sopra, è innegabile che il progetto ci stia dando forza, perché se tra i partner delle Dolomiti Unesco abbiamo un peso minore, nella rete della provincia di Udine la nostra valenza è maggiore».

Forni di Sopra in questi anni ha saputo unire le potenzialità ambientali con quelle culturali, storiche e turistiche. «Ne è un esempio l'Anciuti Music Festival - rende noto il sindaco - che in quest'edizione ci vedrà protagonisti a Milano, Roma, Vienna e Salisburgo. Collegare

un evento di questo tipo con l'attrattiva del marchio Unesco ci consente di far arrivare sul nostro territorio un buon numero di turisti, che oltre a riempire gli alberghi, in alcuni casi, si fidelizzano a tal punto da investire in loco, acquistando un'abitazione o aprendo un'attività commerciale». E i risultati si sono visti già durante l'ultima stagione invernale, con il polo di Forni che è cresciuto, in termini di presenze, rispetto all'anno precedente. (Al.Ce.)

PALMANOVA

FARI PUNTATI SULLA CURA DI BASTIONI E GALLERIE

Chiamatelo effetto Unesco. Da quando, nel 2017, Palmanova è stata inserita tra i patrimoni dell'umanità, l'intero territorio ne ha beneficiato. «Gli accessi all'infopoint, telematici o di persona, sono cresciuti del



70% in due anni, mentre le permanenze in città hanno avuto un balzo del 17%» sono i dati snocciolati con orgoglio da **Francesco Martines**, sindaco della città stellata. I visitatori arrivano, in buona parte, da Germania, Austria, Slovenia, Centro-nord Italia e Francia, anche grazie alle sinergie sviluppate all'interno del sito seriale transnazionale "Opere

di difesa veneziane tra XVI e XVII secolo: Stato da Terra-Stato da Mar occidentale", del quale Palmanova fa parte.

Anche grazie agli investimenti dell'amministrazione comunale, oggi la località friulana è viva e attiva. Di recente, è stata inaugurata una nuova area di sosta per i camper da 23 posti «e 12 milioni - evidenzia Martines - saranno investiti per conservare i beni e valorizzarli. Bastioni e gallerie, di recente aperte parzialmente, hanno bisogno di cure». Il tutto, con l'obiettivo di attirare una platea di persone sempre più ampia, da chi va in cerca di ampliare il bagaglio culturale al turismo militare («il 90% di chi visita Palmanova in questo contesto ha fatto il militare in Friuli e torna sui luoghi dove ha prestato servizio» rivela il sindaco), passando per una nuova forma di turismo, quella sensoriale, senza dimenticare le scuole, altro prezioso serbatoio di visite.

Oltre alla manutenzione del patrimonio locale, sempre ricco di fascino, a fare la differenza è un ricco programma di eventi. Il 15-16 giugno sarà il turno di "The game Fortress Comic & Movie Festival", capace di mettere sul piatto arte in molte sfumature, mentre le sette note saranno protagoniste con la Festa della Musica del 21 giugno, una sorta di Woodstock sui bastioni, e i concerti de Il Volo (22 giugno), King Crimson (6 luglio) e Antonello Venditti (11 luglio). Il 7-8 settembre, poi, spazio alla rievocazione storica napoleonica "A.D. 1809 Palma sotto assedio". «Siamo impegnati - conclude Martines - in azioni di marketing sempre più forti. Occorre, però, che anche gli operatori economici privati facciano squadra con noi, per crescere tutti assieme. Qualcosa, in questo senso, per fortuna si muove». Luciano Patat

PALÙ DI LIVENZA

ECCO IL CENTRO VISITE PER LE ESCURSIONI

Un sito palafitticolo ricco di fascino e magia. È il Palù di Livenza, area sita in una zona umida e paludosa che si estende tra i Comuni di Caneva e Polcenigo, dal 2011 entrata nel Patrimonio mondiale Unesco. In questo



sito insediato popolato fin dall'antico Paleolitico, negli anni sono venuti alla luce numerosi ritrovamenti di pregio.

E ora, grazie alle nuove "Misure di sostegno a favore del patrimonio regionale inserito nella lista del patrimonio mondiale posto sotto la tutela dell'Unesco" ideate dalla Regione Fvg, sarà possibile una programmazione più organica:

«Riusciremo a risolvere moltissime criticità attuali, soprattutto quelle manutentive», chiarisce **Mario Della Toffola**, sindaco di Polcenigo, mentre il collega di Caneva, **Andrea Attilio Gava**, evidenzia come «questo provvedimento ci consentirà di approntare una strategia che dia continuità all'offerta». Grazie alle risorse, sarà possibile intervenire su passerelle e cartellonistica, provvedendo con più "tranquillità" ad attività di manutenzione ordinaria quali sfalci e pulizia dei sentieri.

Intanto, in attesa di "Humus Park" che tornerà nel 2020, da luglio a settembre tornano le escursioni sul Livenza con i barchini di navigazione elettrici e, previo okay della Soprintendenza, riprenderanno le campagne di scavi archeologici capaci di attirare numerosi appassionati nel 2018. Ma un momento importante è fissato per il prossimo anno, con la partenza dei lavori del Centro visite, base di partenza per le escursioni nell'area. I visitatori, intanto, sono in crescita: dall'inserimento tra i beni tutelati Unesco l'aumento è a 2-3 cifre e oggi raggiunge l'area un buon numero di fruitori da Triveneto, ma anche qualcuno dall'estero, in particolare da Francia, Belgio e Germania. L'approccio didattico, soprattutto con le scuole, è in primo piano «e consentirà - evidenzia Gava - di trasmettere la bellezza del luogo alle nuove generazioni».

Un sito capace anche di generare indotto: «Assieme al biotopo di Palù e all'inserimento di Polcenigo nel circuito dei borghi più belli d'Italia, gli investimenti sono cresciuti e il territorio ne sta beneficiando» aggiunge Della Toffola, mentre Gava sottolinea che «il ritorno, per le attività commerciali e agrituristiche, è notevole». (l.p.)

AQUILEIA

LA CITTÀ ROMANA GUARDA OLTRE CONFINE

Una crescita esponenziale negli ultimi 24 mesi. E ottimi riscontri anche nel primo scorcio 2019. Aquileia, dal 1998 bene protetto Unesco, vive una fase di slancio anche grazie all'impegno della



Fondazione che porta il nome della città. Secondo quanto ci è stato comunicato, l'incremento di turisti che hanno scelto questa meta del Friuli negli scorsi due anni è stato più che significativo. Moltissimi i visitatori da Italia, Austria - quelli diretti a Grado - e Francia, senza dimenticare le numerose scolaresche, sempre affascinate dai reperti di questo

sito straordinario.

Insomma, ce n'è abbastanza per essere soddisfatti, anche se l'impegno deve continuare con forza ancora maggiore: «Il 2019 - dice con determinazione **Antonio Zanardi Landi**, presidente della Fondazione Aquileia - sarà l'anno del salto di qualità. Siamo impegnati in una massiccia campagna sui media tedeschi, condotta insieme al Comune di Grado e a Promoturismo Fvg, perché la Germania è un mercato con grosse potenzialità. Stiamo investendo anche in Google Arts & Culture e i risultati si cominciano a vedere». Sì, perché nella città romana c'è un'ottica che va oltre il "confine locale": il 27 giugno sarà inaugurata una mostra fotografica al MAMM di Mosca, con gli scatti di Elio Ciol, dal titolo "Aquileia e il neorealismo italiano", mentre a novembre l'Ara Pacis di Roma ospiterà foto, multimediale, calchi di reperti archeologici e alcuni pezzi originali del Museo «e tutto ciò che facciamo - aggiunge il presidente - è anche per trainare il resto dei siti Unesco Fvg: vogliamo essere un "enzima" di crescita per tutti».

Intanto, è stato interamente rifatto il sito della Fondazione in cinque lingue (compresi russo e francese) ed è in corso la realizzazione di un cortometraggio per Sky Art; negli uffici visti italiani in Russia, inoltre, sarà trasmessa una clip di presentazione di Aquileia. A fine luglio, per 4 giorni, è in programma un film festival a tema archeologico. «Inoltre - conclude Zanardi Landi - vogliamo portare a termine quanto prima la ricostruzione del secondo e ultimo lotto della ricostruzione dei volumi di una grande villa romana e il restauro di Palazzo Brunner, destinato a diventare la base per le visite alle aree archeologiche». (l.p.)

HOTEL AI DOGI

"MIRABILIA È SINONIMO DI CONTATTI E BUSINESS"

Con una posizione privilegiata che si affaccia su Piazza Grande di Palmanova con il suo Duomo Dogale, l'Hotel ai Dogi ha colto pienamente l'opportunità di far parte di un'associazione che mette in rete luoghi inaspettati di significato storico, culturale ed ambientale nei siti Patrimonio dell'Umanità Unesco: il network Mirabilia. "Per noi

è una possibilità concreta di conoscere altre realtà per potersi confrontare, un grande vantaggio - afferma la titolare dell'Hotel, **Fabiana Bon** - Facendo parte di Mirabilia possiamo anche organizzare incontri Business-to-Business con operatori che sono difficili da intercettare



per realtà piccole come la nostra". Il network, infatti, diventa un valido strumento per stabilire rapporti di collegamento o di collaborazione con enti e organismi italiani e internazionali interessati ai problemi delle filiere del turismo in Italy. L'Associazione "Mirabilia Network" promuove il turismo sia culturale sia enogastronomico e delle filiere per valorizzare i territori attraverso un'offerta turistica integrata dei siti Unesco proponendo questi patrimoni a un pubblico internazionale. "Fare rete è importante - sottolinea Fabiana Bon - negli ultimi tre anni abbiamo sempre partecipato ed è stata sempre una bella esperienza". Un po' meno semplice, forse, è valutare le ricadute immediate, quantomeno per un Hotel, "le richieste che

arrivano sono sempre tante - spiega - ed è difficile quantificare quante arrivano direttamente grazie a questa rete. Sicuramente - e in questo caso il dato è facilmente classificabile - c'è un ritorno dal punto di vista dei contatti, anche con operatori di altre città. E' una bella realtà, interessante e sono pienamente convinta della bontà di questa iniziativa. Anche

la scelta di investire in cultura, in questo caso turismo culturale, è importante per valorizzare i siti Unesco. Non ho mai trovato altre iniziative valide quanto Mirabilia". L'albergatrice plaude a questa iniziativa promossa dalla Camera di Commercio, "altrimenti - afferma

- saremmo tutti sparpagliati ognuno per conto proprio. Oggi fare rete non è solo un'espressione che va di moda, ma è la realtà. Nel mondo del turismo, soprattutto della regione Friuli Venezia Giulia, la valorizzazione dei siti Unesco rappresenta una new entry, quindi è uno strumento efficace per farsi conoscere dagli operatori". Un'operazione, secondo Fabiana Bon, che le singole realtà imprenditoriali faticerebbero a portare avanti in solitaria e con scarsi risultati, "in questo caso - dice - entrare in un network strutturato può fare la differenza. Se i siti Unesco vengono valorizzati in questo modo diventa più semplice anche per noi lavorare, evitando magari periodi troppo vuoti in termini di prenotazioni". **Lisa Zancaner**

PUNTO DI FUGA

"VETRINA D'ECCELLENZE PER ATTRARRE TURISTI"

Matrimoni per stranieri all'estero e promozione del territorio. Punto di Fuga, agenzia di viaggi e wedding Italy con una sede a Udine e una a Pordenone, vanta un team storico di wedding planners, marchio registrato che cura dal 1999 matrimoni prestigiosi con l'esperienza del lifestyle italiano. Oltre a questo, Punto di Fuga è anche

incoming in Friuli e offre soluzioni a tour operator e agenzie estere che vogliono inserire il Friuli Venezia Giulia tra i loro prodotti turistici. Immediata l'adesione al network Mirabilia che coglie in pieno esigenze e obiettivi di questa impresa. "I vantaggi sono molteplici - afferma



il titolare di Punto di Fuga, **Alberto Ciani** - Questa rete, infatti, permette di abbattere i costi, trovare interlocutori interessati al prodotto e facilita la parte commerciale". L'agenzia partecipa per la seconda volta al network Mirabilia, riuscendo a chiudere accordi e collaborazioni, "ulteriori ricadute - precisa Ciani - le vedremo il prossimo anno. Noi ci occupiamo di incoming e riuscire ad avere partnership con operatori esteri è fondamentale nel nostro lavoro". La forza di una rete come Mirabilia può fare la differenza. "Da soli si può fare - afferma Ciani - ma una rete è più funzionale perché fa da filtro, opera una selezione al nostro posto. Per noi cercare questi contatti sarebbe molto più dispersivo. In questo modo riusciamo

ad abbattere i costi e a creare opportunità con gli operatori stranieri". Quello dei siti Unesco è un cosiddetto turismo di scopo a cui si aggiunge oggi la parte food e drink "che funziona molto bene" ammette Ciani. "Sono tutte iniziative positive che avvicinano chi è interessato veramente alle nostre proposte. Si arriva a operatori specifici interessati

in particolare a questi siti, ovvero i nostri siti Unesco - spiega meglio il titolare di Punto di Fuga - e avere un patrimonio Unesco da promuovere può fare la differenza soprattutto nei confronti dei mercati asiatici". Mirabilia s'inserisce pienamente sui due canali in cui opera

l'agenzia, il wedding Italy e lo sviluppo turistico in Friuli Venezia Giulia. Attraverso una rete forte che valorizza le bellezze della regione, in questo caso i patrimoni dell'umanità, l'Agenzia Punto di Fuga rafforza i suoi contatti e riesce a crearsi una vetrina d'eccellenza per attrarre i turisti proveniente dai paesi stranieri che, grazie anche a pacchetti turistici studiati ad hoc, possono immergersi nelle bellezze della regione e conoscerne ogni peculiarità". Un'unione, quella tra il network Mirabilia e le tante imprese che vi aderiscono, capace di valorizzare al meglio prodotti e siti del Friuli Venezia Giulia che per gli operatori del settore si traducono in maggiori opportunità per far crescere la propria attività". **(L.z.)**

HOTEL DAVÒST

ARRIVI DAI PAESI DELL'EST ANCHE SULLE DOLOMITI

Per l'Hotel Davòst che si affaccia sulle Dolomiti, patrimonio mondiale dell'Unesco, fare parte del network Mirabilia è stata un'opportunità da cogliere al volo. Con la sua posizione privilegiata a Forni di Sopra, il Davòst offre competenza, esperienza, passione e innovazione. Una struttura in grado di intercettare diversi target di clienti ma che necessita

di ampliare i contatti e farsi conoscere. Mirabilia ha risposto esattamente a queste esigenze. "Essendo una rete mirata dedicata ai siti Unesco - spiega il titolare dell'Hotel Davòst, **Maurizio Cambò** - rappresenta un buon veicolo per ottenere nuovi contatti



e conoscere i tour operator che generalmente arrivano con richieste specifiche e sono soprattutto giapponesi e cinesi, ma iniziano ad affacciarsi anche operatori dai Paesi dell'Est". I primi risultati, il Davòst li ha già registrati con mano con arrivi dalla Cecoslovacchia e l'intera famiglia di un tour operator colpito evidentemente dalle bellezze di un sito patrocinio dell'Umanità come le Dolomiti. "Da qui in poi la mancanza è nostra - spiega Cambò - di noi operatori, perché una volta preso il contatto, e questo grazie al network Mirabilia, bisognerebbe seguirlo bene. Purtroppo ci muoviamo in pochi" e qui il titolare dell'Hotel Davòst propone un'agenzia o un consorzio che aggrega queste realtà seguendole nei contatti successivi. "Mirabilia - specifica Cambò - ci permette di avere un primo

contatto che poi bisogna saper gestire. In Fvg ci sono prodotti particolari, i nostri sono pacchetti complessi e specifici che comprendono escursioni e show cooking ad esempio, che va molto di moda di questi tempi". E non a caso Mirabilia è diventato anche food and drink per ampliare il ventaglio delle proposte, soprattutto in un territorio come il Friuli

Venezia Giulia che vanta diverse bandiere sotto il profilo enogastronomico. "Noi siamo programmati con particolari specificità - aggiunge Cambò - e gli stranieri sono abituati alle vacanze strong, cariche di visite, escursioni ed esperienze. Il fatto che si sia puntato anche all'enogastronomia

è stato un vantaggio. La varietà di prodotti che offriamo in Italia è unica al mondo, uno dei nostri punti forte". L'Hotel Davòst riconferma l'adesione al network, avendo partecipato alla settima Borsa internazionale del turismo culturale di Mirabilia lo scorso ottobre che ha registrato incontri b2b tra trecento operatori e circa 100 buyers internazionali del settore turismo e food & drink e ancora, in precedenza, a Udine, un'edizione di successo, "organizzata al meglio" commenta Cambò ricordando le 120 aziende partecipanti, 40 buyers internazionali e oltre 2.000 incontri b2b, eventi collaterali con focus su Giappone, su Reti d'Impresa e potenziamento del network europeo con accordi internazionali tra Camere di Commercio Estere. **(L.z.)**

PALMANOVA OUTLET VILLAGE

L'UNIONE TRA SHOPPING E BELLEZZE DEL FVG

La mission aziendale del Palmanova Outlet Village è entrare in sinergia con il territorio e diventarne parte integrante e l'adesione al network Mirabilia va in questa direzione. Inoltre, il Village è anche Land of Fashion, il brand attraverso il quale si raccontano le 5 shopping destination collegate alle eccellenze dei territori italiani che le ospitano tra cui Palmanova.

"L'obiettivo della Land of Fashion è trasformare gli outlet da semplici luoghi per lo shopping a vere e proprie destinazioni dove scoprire l'immenso patrimonio storico, paesaggistico ed enogastronomico regional - spiega il direttore del Palmanova Outlet Village, **Domenico Casagrande** - Ci stiamo muovendo proprio al fine di potenziare i flussi turistici verso la nostra destinazione di shopping e sul territorio di tutto il Friuli Venezia Giulia e il progetto Mirabilia della Camera di Commercio di Pordenone-Udine si muove in tale direzione". Con i suoi 22mila metri quadrati e oltre 90 negozi, il Village gode anche di una posizione baricentrica rispetto a tre siti Unesco: Palmanova, Aquileia e Cividale. Promuovere questi gioielli e contribuire all'incremento dei flussi turistici da e verso queste destinazioni è per il Palmanova Outlet Village d'importanza fondamentale. Le attività messe in campo con alcuni tra i principali player turistici del territorio sono la conferma che le sinergie con le eccellenze della regione mirano a migliorare ed estendere l'offerta turistica e culturale



regionale. Infatti, cultura e promozione del territorio sono due leve importanti attorno al quale si muove la strategia di promozione del Palmanova Outlet Village che ha partecipato alla Borsa del Turismo Culturale di Pavia del 26 e 27 ottobre 2018 e in quella precedente a Udine. "Il progetto Mirabilia meritava un'attenzione particolare - prosegue Casagrande - per unire shopping e le bellezze del Fvg. Oggi gli outlet funzionano bene, ma in prospettiva, con l'espansione dell'e-commerce, anche queste strutture devono evolversi, altrimenti rischiano di perdere quote di mercato. Poter essere proattivi verso i clienti offrendo anche

pacchetti che uniscono gli acquisti al turismo culturale è un vantaggio". Attraverso Mirabilia, il Village è riuscito a incontrare diversi tour operator e agenzie di incoming interessate al Fvg, proponendo un programma d'accoglienza turistica Cultura + Shopping, una formula vincente visto l'interesse da parte dei turisti di coniugare la scoperta dei territori e delle eccellenze e specificità dei luoghi con momenti di svago e shopping. "Investire in cultura, in particolare nei siti Unesco, non è più una questione di posizionamento d'immagine - spiega ancora il direttore - ma di quote di mercato e i siti Unesco hanno una crescita di visitatori importante. Per noi essere nel triangolo di ben tre siti significa intercettare nuovi clienti". **(L.z.)**

pacchetti che uniscono gli acquisti al turismo culturale è un vantaggio". Attraverso Mirabilia, il Village è riuscito a incontrare diversi tour operator e agenzie di incoming interessate al Fvg, proponendo un programma d'accoglienza turistica Cultura + Shopping, una formula vincente visto l'interesse da parte dei turisti di coniugare la scoperta dei territori e delle eccellenze e specificità dei luoghi con momenti di svago e shopping. "Investire in cultura, in particolare nei siti Unesco, non è più una questione di posizionamento d'immagine - spiega ancora il direttore - ma di quote di mercato e i siti Unesco hanno una crescita di visitatori importante. Per noi essere nel triangolo di ben tre siti significa intercettare nuovi clienti". **(L.z.)**

PROGETTO PILOTA CHE COINVOLGERÀ LE AZIENDE DELL'AQUILEIESE

IL MEMORANDUM DI AQUILEIA

AVVIO DELLA COOPERAZIONE TRA CCIAA, MIRABILIA E FONDAZIONE
OBIETTIVO: FORNIRE SERVIZI DI ACCOGLIENZA TURISTICA CERTIFICATA



Un memorandum d'intesa per dare avvio a una cooperazione che miri allo sviluppo sostenibile delle comunità e delle economie locali facendo leva sull'inestimabile patrimonio dei Siti Unesco e in sempre più stretta cooperazione con l'organizzazione Unesco stessa. È stato siglato a inizio maggio ad Aquileia dai presidenti della Camera di Commercio di Pordenone-Udine **Giovanni Da Pozzo**, del network di siti Unesco italiani Mirabilia **Angelo Tortorelli** e della Fondazione Aquileia **Antonio Zanardi Landi**, perché proprio la città e la sua area di riferimento saranno protagoniste del progetto pilota a cui il memorandum dà ufficialmente avvio. Ad Aquileia sarà effettuata una prima mappatura delle attività che operano nel comparto ricettivo, turistico e culturale, saranno realizzati percorsi di formazione per le aziende, che saranno anche accompagnate nell'allineamento ai principi di sostenibilità secondo le indicazioni dell'Organizzazione mondiale del turismo, allineamento propedeutico alla possibile certificazione. I partner del memorandum collaboreranno alla predisposizione di progetti europei e internazionali per favorire lo sviluppo, la creazione e l'inclusione di un'offerta sostenibile dei servizi di accoglienza turistica. L'obiettivo è costruire un modello che, da Aquileia, sia poi replicabile in altri Siti patrimonio dell'umanità.

La firma dell'atto ha aperto la due-giorni del "partner meeting" del network Mirabilia, la rete italiana che riunisce le Camere di Commercio (tra cui Pn-Ud) i cui territori ospitano siti Unesco e che realizza attività di promozione comune per garantire maggior

SARÀ EFFETTUATA UNA PRIMA MAPPATURA DELLE ATTIVITÀ, SARANNO REALIZZATI PERCORSI DI FORMAZIONE PER LE AZIENDE E DI ACCOMPAGNAMENTO NELL'ALLINEAMENTO AI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ

forza comunicativa e operativa a ciascuno dei siti coinvolti e alle imprese che ruotano attorno a essi. Mirabilia è l'unione che fa la forza: permette di confrontare esperienze e progettare iniziative comuni, realizzare attività sui singoli territori, organizzare incontri fra imprese del turismo e della cultura delle aree coinvolte

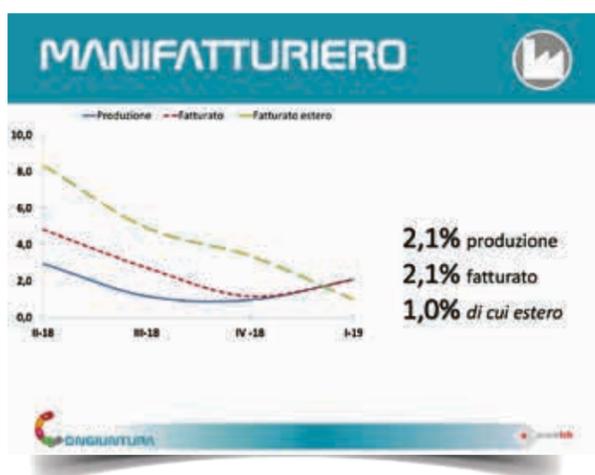
e metterle in relazione con operatori del turismo culturale europei e internazionali, come avviene per esempio nella Borsa Internazionale del Turismo Culturale, che Mirabilia organizza annualmente nelle diverse località del network e che quest'anno sarà a Matera, capitale europea della cultura, il 18 e 19 novembre. Il partner meeting di Aquileia, patrocinato dal Comune, dopo l'avvio al progetto del memorandum, si è concentrato su diversi tavoli di confronto, in particolare "Cooperazione con l'Autorità di gestione Unesco", "Sistema di Gestione Qualità" e "Progetti congiunti a co-finanziamento europeo, Creative Europe e Horizon 2020". Al meeting si sono discussi anche gli sviluppi futuri di Mirabilia, che si avvia a estendersi anche ad altri stati membri. Dal sindaco **Gabriele Spanghero** è arrivata la "benedizione" al meeting e al progetto. Da Pozzo ha rimarcato «il significato del

L'OBIETTIVO È COSTRUIRE UN MODELLO CHE, DA AQUILEIA, SIA POI REPLICABILE IN ALTRI SITI PATRIMONIO DELL'UMANITÀ

memorandum: vogliamo dare vita a un modello "esportabile" di cooperazione per lo sviluppo sostenibile dei territori che ospitano siti Unesco». All'apertura dei confini verso l'Europa e il mondo si è riferito Tortorelli. «Siamo a una svolta decisiva per il progetto Mirabilia, che è stato premiato anche dalla Commissione europea per la grande capacità di fare cooperazione in modo concreto: tanti Paesi hanno già manifestato volontà di farne parte ed è questa la strada su cui ci muoveremo nei prossimi mesi». Zanardi Landi ha quindi sottolineato come «sia questo, davvero, il momento migliore per sancire la collaborazione, un momento in cui Aquileia sta crescendo incredibilmente. In un solo anno, abbiamo avuto un incremento eccezionale delle visite al sito e prevediamo un ulteriore significativo aumento anche quest'anno». Da PromoTurismoFvg è arrivata la conferma di un impegno crescente sui siti Unesco, come ha evidenziato il direttore **Lucio Gomiero**, «sia con iniziative tangibili sia grazie alle nuove tecnologie».



Tortorelli, Da Pozzo e Zanardi Landi firmano l'atto



I DATI TRIMESTRALI DEL COMPARTO ECONOMICO PORDENONESE

MANIFATTURIERO, LA SPINTA ALLA CRESCITA SI È ESAURITA

TENGONO PRODUZIONE E FATTURATO MA SI REGISTRA IL CALO DEGLI ORDINATIVI ESTERI, GIÙ DI QUASI SEI PUNTI

Qualche nube comincia ad addensarsi anche sul comparto economico Pordenonese che ha iniziato una lenta ma progressiva contrazione: lo certifica l'indagine congiunturale trimestrale condotta dalla CCIAA di PN-UD che ha raccolto ed analizzato i dati del periodo gennaio/marzo 2019 e le previsioni per il secondo trimestre dell'anno. **Giovanni Da Pozzo**, presidente CCIAA Pn-Ud ha spiegato che «ora, pur non essendo ancora in bonaccia, si naviga a pochi nodi, il trend tendenziale tiene ancora, seppur con delle difficoltà, il congiunturale flette. Il quadro è senz'altro più preoccupante della volta scorsa ma sarei cauto con gli allarmismi. Per parte nostra - ha concluso - continueremo a monitorare molto attentamente la situazione confrontandoci con le categorie ed agendo, per quanto di nostra specifica competenza, nell'interesse delle imprese». Per il Vice Presidente, **Giovanni Pavan**, «sembra proprio che il manifatturiero abbiamo esaurito la sua spinta di crescita. Tengono produzione e fatturato ma le cifre sono abbastanza modeste. La cosa che desta la maggior inquietudine, a mio avviso, è il tonfo degli ordinativi esteri, giù di quasi sei punti. Verificheremo, ma temo che le dinamiche innescatesi anche a causa della cosiddetta guerra dei dazi tra Stati Uniti e

Cina ci stia mettendo del suo, direttamente o indirettamente. Nonostante ciò - ha aggiunto Pavan - il sentiment degli imprenditori non è così negativo. Spiace infine per Commercio e Costruzioni: nel primo caso il rallentamento interviene dopo una crescita progressiva, nel secondo invece, giunge dopo anni di crisi e recenti segnali di ripresa che avevano fatto ben sperare. Mi preoccupa perché a questa filiera - ha concluso il Vice Presidente - ne sono agganciate altre, come ad esempio lo stesso legno-arredo, che potrebbe risentirne».

È il manifatturiero a preoccupare di più: le variazioni tendenziali dei principali indicatori sono ancora positive, ma in ulteriore peggioramento rispetto al trimestre precedente. Gli unici dati in controtendenza sono quelli della produzione, che aumenta del +2,1% (nel precedente trimestre era +1,0%) e del fatturato totale, anche questo in crescita del +2,1% (nel precedente trimestre era +1,2%). In flessione anche la propensione all'export, con un segno negativo sugli ordinativi che sfiora il 6%. Il legno arredo, dopo due trimestri di variazioni negative, ha fatto registrare una ripresa rispetto ad un anno fa: la produzione sale al 1,5%, il fatturato a +0,9% e gli ordini interni del +1,0%. Ancora positiva la metalmeccanica ma in rallentamento rispetto ad un anno fa. Qui, produzione a +4,6% e ordini interni a +5,5%. Non bene il commercio al dettaglio, con il trend delle vendite che dopo anni di segni positivi evidenzia una contrazione; infatti nel primo trimestre 2019 viene segnalato un calo al tasso del -2,7% rispetto allo stesso trimestre del 2018, mentre nel precedente trimestre si era registrato un +2,0%. Male anche le costruzioni (produzione -1,5%, fatturato -2,6%, commesse a -0,6%).



NEL 2018 UNO SVILUPPO A DOPPIA CIFRA (+35% RISPETTO AL 2017)

PASSIONE PER IL LEGNO



POTOCO TAGLIA IL PRESTIGIOSO TRAGUARDO DEI 100 ANNI
DA PICCOLA BOTTEGA A LEADER NEL SETTORE ARREDAMENTO

Passione per il legno e l'artigianalità, ricerca continua sui materiali e attenzione alla qualità, innovazione e sartorialità. Sono i tasselli narrativi di una storia, quella di Potocco, iniziata nel 1919 e che quest'anno taglia dunque il prestigioso traguardo dei 100 anni. Da piccola bottega artigiana fondata a Manzano dal bisnonno di Antonino Potocco, attuale presidente, l'azienda è oggi come una vera e propria realtà industriale specializzata nella realizzazione di arredi indoor e outdoor per la casa e il contract.

La storia imprenditoriale di Potocco attraversa tutto il '900, in un percorso di crescita che, dalla partecipazione al primo Salone del Mobile in qualità di socio fondatore, ha portato l'azienda a collaborare con importanti firme del design internazionale e a conquistarsi una posizione di rilievo nel Made in Italy apprezzato in tutto il mondo.

I prodotti a firma Potocco raccontano la capacità dell'azienda di innovare ed evolversi in un confronto continuo con la contemporaneità: intercettando i trend e le esigenze del mercato, Potocco si è fatta interprete dell'evoluzione dei modi di abitare e di vivere, rimanendo però sempre fortemente ancorata alla propria identità. Potocco ha scelto di rileggere la contemporaneità secondo uno stile raffinato e discreto, che si svela, spiegano in azienda, nei dettagli curati e nelle attente lavorazioni, per prodotti che puntano a diventare parte integrante delle case e della vita di coloro che le abitano. L'attitudine si riafferma con rinnovata consapevolezza in occasione del suo 100esimo anniversario: in occasione del 58° Salone Internazionale del Mobile, l'azienda ha arricchito la collezione proponendo nuove sedute e tavoli, che da sempre costituiscono il suo punto di forza. E non solo immaginando singole ambientazioni, ma una vera e propria casa secondo Potocco.

L'azienda si racconterà in un evento, in giugno, in cui chiederà a



**IN OCCASIONE DEL 58° SALONE
INTERNAZIONALE DEL MOBILE,
L'AZIENDA HA ARRICCHITO LA
COLLEZIONE PROPONENDO NUOVE
SEDUTE E TAVOLI**

festeggiare tutti quelli che hanno condiviso i suoi passi in questo lungo ed entusiasmante percorso. Un percorso di sviluppo che si legge anche dai numeri: Potocco ha registrato per il 2018 una crescita a doppia cifra (+35% rispetto al 2017) grazie ai risultati raggiunti all'estero - che incide per il 90% sul fatturato -, in particolare in Europa, Usa e sul mercato asiatico, soprattutto nelle grandi forniture contract. Anche il retail è cresciuto con un +30% rispetto al 2017, pesando sul 20% del fatturato complessivo. Se l'Europa incide sul 50% del business totale con una crescita di oltre il 40% in più rispetto all'anno precedente, anche Asia e Stati Uniti hanno raggiunto importanti risultati (+22%) grazie a una presenza diretta dell'azienda attraverso le divisioni Potocco Asia e Potocco Usa. Sono oltre 50 inoltre i corner in tutto il mondo che ampliano in modo sempre più capillare la rete di vendita dell'azienda.



OLIO E DINTORNI A OLEIS

ALL'AZIENDA FACHIN DI GEMONA IL PRIMO PREMIO



Si è chiusa domenica 26 maggio con la consegna del Premio "Olio dell'Abbate" la quindicesima edizione di Olio e Dintorni ad Oleis di Manzano. Grande soddisfazione da parte degli organizzatori dell'Associazione Arc Oleis per la tre giorni dedicata all'olio extravergine di oliva che ha visto il susseguirsi di laboratori, degustazioni, convegni e percorsi didattici, ma anche numerosi eventi collaterali, tra musica, sport e danza, a conferma del carattere non solo tecnico ma anche di intrattenimento della manifestazione. Al concorso di quest'anno hanno partecipato ben 16 aziende provenienti da 10 comuni distribuiti nell'arco pedemontano della regione, da Osoppo fino ai Colli Orientali, dal Carso e dalla Pianura friulana per un totale di 29 campioni di olio sottoposti ad analisi chimica presso il laboratorio dell'Istituto Tecnico Agrario Paolino d'Aquileia e all'assaggio alla cieca da parte di un gruppo di esperti assaggiatori. La classifica finale ha visto l'assegnazione di tre menzioni speciali: per l'olio di gusto "intenso" all'Az. Agr. Fachin Fernanda di Gemona del Friuli con un olio di varietà Bianchera, per l'olio di gusto "medio" all'Az. Agr. Ronc dai Luchis di Faedis con un blend di diverse varietà di olive e per l'olio di gusto "delicato" all'Az. Agr. Radovič di Aurisina con un blend di diverse varietà di olive. Il premio assoluto Olio dell'Abbate 2019 - rivolto ai migliori oli extravergini regionali, ma anche agli esempi virtuosi di organizzazione aziendale dove il produttore di olio riesce a ottenere un ottimo prodotto utilizzando le migliori tecniche agronomiche e le tecnologie più aggiornate - è stato conferito all'Az. Agr. Fachin Fernanda di Gemona del Friuli.

DUE SALE CHIRURGICHE E 15 AMBULATORI

TAGLIO DEL NASTRO PER MYMED A FAGAGNA

IL NUOVO CENTRO MEDICO PUNTA A ESSERE POLO DI ECCELLENZA DELLA
CURA E DELLE PIÙ AVANZATE TECNICHE IN AMBITO OCULISTICO

Con 15 ambulatori e 2 sale chirurgiche, il nuovo centro medico di MyMed a Fagagna punta ad essere un polo di eccellenza non solo della cura e delle più avanzate tecniche chirurgiche in ambito oculistico, ma un punto di riferimento per la salute, intesa nel suo senso più ampio come qualità della vita.

Alla presenza del vicepresidente della Regione **Riccardo Riccardi**, il polo MyMed Fagagna è stato inaugurato all'interno del Resort Villaverde: MyMed è la società di Gruppo Policlinico Città di Udine che offre, esclusivamente in regime privato, una medicina specialistica di alto livello e tecnologie all'avanguardia.

La struttura può contare su due sale chirurgiche perfettamente attrezzate per interventi ambulatoriali. Il polo di chirurgia oculistica di MyMed, coordinato dal **dottor Giorgio Beltrame**, è l'unico in Friuli Venezia Giulia ad essere dotato di due laser di ultima generazione Bausch and Lomb, l'azienda leader internazionale del settore.

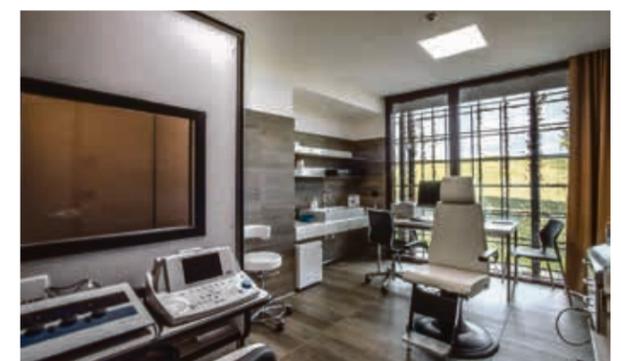
La crescita e gli investimenti di MyMed sono già realtà grazie alla competenza e alla solidità finanziaria del Gruppo Policlinico. Come ha sottolineato il Presidente del Gruppo **Francesco Peghin**, "forse non tutti sanno che il Policlinico non è solo l'ospedale privato accreditato di viale Venezia da cui tutto è partito 55 anni fa, ma è

un gruppo che rappresenta la maggiore realtà sanitaria privata del Friuli Venezia Giulia. La nostra sfida è rappresentata dalle evoluzioni che stanno intervenendo nella sanità italiana e anche nella nostra regione: penso all'evoluzione tecnologica, alla digitalizzazione e all'entrata in Italia di gruppi multinazionali che stanno facendo shopping di ottime strutture per creare reti con sinergie ed efficienze nei servizi."

"Il nostro obiettivo - ha spiegato l'Amministratore Delegato **Claudio Riccobon**, - è far diventare MyMed una rete di strutture ambulatoriali in Friuli Venezia Giulia e anche fuori regione. La sensibilità e le esigenze dei pazienti sono molto cambiate: non ci viene più richiesta solo la qualità della prestazione sanitaria ma anche quell'attenzione nella cura e nell'approccio che migliorino le condizioni di vita in generale.

Come MyMed punteremo proprio su questa nuova esigenza, restando sempre privati"

MyMed Fagagna intende diventare punto di riferimento anche per la chirurgia plastica (estetica e ricostruttiva) con una vasta gamma di interventi e trattamenti che consentono di migliorare e correggere i difetti del corpo e del viso. Il centro è già operativo con



15 ambulatori dedicati alle principali specialità cliniche: oculistica e chirurgia oftalmica, ginecologia, ortopedia, fisioterapia, osteopatia, cardiologia, otorinolaringoiatria, endocrinologia, diabetologia, psicologia, dermatologia, chirurgia plastica e medicina estetica.

DA COMMESSO DI UNA CATENA A TITOLARE. LA STORIA DI GIANNI LERUSSI

LA BOUTIQUE D'ALTA MODA

ILARIO VENEZIANI IN PIAZZA SAN GIACOMO È UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI UOMINI CHE AMANO INDOSSARE CAPI DI QUALITÀ

Cura dei dettagli, prodotti artigianali, made in Italy, sartoria e capi di qualità, ma soprattutto cortesia, professionalità e disponibilità. Unite a una continua ricerca per cercare di offrire sempre qualcosa di diverso ai clienti che entrano in negozio. Questo è **Ilario Veneziani**, boutique d'abbigliamento maschile nel cuore di piazza San Giacomo, aperta nel 1994 da Gianni Lerussi che dopo anni di esperienza come commesso da Coin decise di mettersi in proprio. «Mi presero per matto con i tempi che correvano - ricorda -, ma dopo 25 anni sono ancora qui a raccontare la mia storia, oggi con un socio, Johan Walem. Ho visto crescere le tendenze della moda, anche figli di clienti oggi diventati a loro volta clienti, e ho visto questa città cambiare: contro i meccanismi della grande distribuzione e il fenomeno delle vendite online poco ci possiamo fare - commenta il titolare -, e anche le polemiche sul centro aperto o chiuso al traffico lasciano il tempo che trovano, la verità è che manca attrattività e un arredo urbano adeguato, i negozi ci sono e sono delle chicche in questa città, ma il contorno non è all'altezza». Più bar che attività commerciali, pochi controlli la sera e una piazza, il salotto di Udine, che non brilla come dovrebbe. «Ci piacerebbe



un centro più vivo e vissuto - prosegue - e sono dell'avviso che manchi l'appoggio ai commercianti, nelle piccole cose». Troppa

burocrazia, poche agevolazioni da parte dell'amministrazione comunale che si uniscono a usi e costumi cambiati da parte dei fruitori della città. «Se il mio negozio è vuoto e gli altri pieni il problema è mio, se lo sono anche gli altri allora evidentemente non è così - osserva **Gianni Lerussi** -. Ammetto che tra i commercianti si faccia una fatica enorme a mettersi d'accordo, ma quel che manca è anche una sinergia e un'uniformità della città». Un centro chiuso ma vivo ben arredato richiamerebbe, a detta di Lerussi, più visitatori. La crisi c'è e non è vero, conferma il titolare, che il momento peggiore è passato. «Io lavoro all'80 per cento con clienti fissi, italiani e stranieri, che cercano qualità - precisa -, ma punto moltissimo sulla differenziazione e l'artigianalità». Lo testimoniano anche i diversi prodotti presenti in vetrina, dalla bicicletta realizzata da un artigiano, ai vini, passando agli occhiali, la borsa pallone e i gilet. Il prossimo passo? «Arrivare a un marchio unico che identifichi chi come noi crede ancora nella qualità al passo con le tendenze - annuncia -: è un progetto ambizioso, ma ci crediamo e vogliamo provarci».

Giulia Zanello

FOTO PETRUSSI

ECCELLENZE FVG IN MOSTRA

GLI SCATTI FOTOGRAFICI DI DIEGO PETRUSSI E FABIO PAPPALETTERA ESPOSTI A BRUXELLES NELLA SEDE DEL PARLAMENTO EUROPEO

Il nostro fotografo, **Diego Petrusi**, assieme al collega **Fabio Pappalettera**, ha portato i suoi scatti in una mostra a Bruxelles, lo scorso marzo, che ha messo in evidenza le eccellenze della regione. L'evento, dal titolo "Friuli Venezia Giulia. Italian European region", è stato organizzato nella sede del Parlamento europeo dall'eurodeputata **Isabella De Monte** in collaborazione con il Comitato regionale del Friuli Venezia Giulia dell'Unione nazionale Pro loco d'Italia e la Scuola Mosaicisti del Friuli di Spilimbergo. Insieme alle opere musive della Scuola, le Pro Loco hanno portato il meglio dei sapori del territorio regionale, accompagnate, appunto, da serie di emozionanti vedute dall'alto realizzate dai fotografi. Gli scatti di Petrusi e Pappalettera sono un perfetto compendio della realtà regionale: le quattro grandi città (la statua dell'angelo di Udine, piazza Unità e le Rive a Trieste, Gorizia e il suo castello, Pordenone con il corso in versione notturna), l'isola di Grado, la stella della fortezza di Palmanova, il ponte di Braulins sul fiume Tagliamento, il monte Lussari imbiancato e il castello di Miramare al tramonto. «Abbiamo portato - ha commentato De Monte - il Friuli Venezia Giulia in Europa per raccontarne le bellezze naturali,

l'arte, la storia e la ricchezza della nostra enogastronomia. Non siamo più una regione periferica ma centrale nel cuore dell'Europa: dare voce alle nostre bellezze a Bruxelles per me è stato un grande orgoglio». E «un'opportunità - ha aggiunto il direttore della Scuola Mosaicisti **Gian Piero Brovedani** - per far conoscere a un nuovo pubblico un'arte che da secoli rappresenta l'elemento determinante dell'identità di un territorio e della sua comunità. Dalla sua nascita nel 1922, la Scuola Mosaicisti coniuga la forza della tradizione, sinonimo di disciplina professionale, e la sensibilità alle più innovative tendenze dell'arte contemporanea». «Questa occasione - ha concluso **Valter Pezzarini**, presidente del Comitato regionale del Fvg dell'Unione nazionale Pro loco d'Italia - ci ha permesso di presentare alle istituzioni europee non solo quanta bellezza c'è nella nostra regione ma anche quanto di buono i nostri volontari del mondo Pro Loco fanno per le proprie comunità». Alla vernice della mostra ha partecipato anche il presidente nazionale delle Pro Loco d'Italia Antonino La Spina. Le fotografie, come anche i sapori e le musiche regionali proposti nell'occasione, sono stati molto apprezzati nella sede dell'assemblea europea.



La poltroncina Flora ideata da Studio Pastina e una nuova versione della sedia Moyo con inedito intreccio in corda nautica.

GRANDI FIRME PER L'AZIENDA DI SAN GIOVANNI AL NATISONE

CHAIRS & MORE PRESENTA TRE NUOVE COLLEZIONI

LE SEDUTE SI CHIAMANO DOGO, FLORA E MOYO DESIGN, ORIGINALITÀ E COMFORT ACCOMUNANO I PRODOTTI

Chairs & More scommette ancora una volta su Roberto Paoli con Dogo, una collezione di sedie impilabili realizzate in poliuretano a iniezione il cui design asciutto e deciso cela dietro una silhouette leggera una seduta di grande robustezza, che fa dell'essenzialità la propria cifra stilistica. Un dettaglio cattura lo sguardo: le gambe sottili della base che si innestano direttamente sulla scocca, lasciandola come sospesa. Disponibile con o senza braccioli, Dogo viene presentata in quattro colori di tendenza, ovvero, Living Coral, colore Pantone 2019, blu,

antracite e bianco.

Dalla fortunata collaborazione con lo Studio Pastina, che lo scorso anno aveva dato vita alla collezione Chips, nasce ora Flora, una poltroncina avvolgente e compatta, composta da una struttura in tubolare di metallo che abbraccia una scocca in poliuretano, rivestita in tessuto ignifugo. Flora si basa su volumi piani e regolari, smussati da curve leggere che ingentiliscono l'aspetto della seduta rendendola accogliente e confortevole. Un prodotto dinamico, la cui originalità si esprime al meglio nell'armonia tridimensionale delle linee che lo compongono e che ne rendono l'aspetto interessante da ogni punto di vista.

Un'altra importante novità riguarda Moyo, sedia firmata da Antonio De Marco e Simone Fanciullacci, per la quale è stato ideato un inedito intreccio a ventaglio per lo schienale utilizzando la corda nautica. Una scelta che rinnova l'estetica del prodotto, dandogli anche un maggiore comfort.



DIVERSE LE PROPOSTE GESTIONALI NEIT, "ARTISTI" DEI SOFTWARE

«Il software è arte». È il claim che Neit ha scelto per veicolare il suo gestionale dedicato a tutte le aziende che hanno come core business l'assistenza, dalle stampanti ai sistemi informatici.

Un motto nato dalle passioni, dal know how e dalla lunga esperienza sul campo dell'amministratore unico dell'azienda, **Paolo Cremonesini**, che alle solide conoscenze in ambito informatico coniuga una spiccata inclinazione per l'arte, realizzando pittosculture in cui le «macchine da calcolo» che hanno fatto la storia dello sviluppo tecnologico trovano nuovo significato, dopo essere state superate dall'avanzata innovativa che contraddistingue il settore.

L'AMMINISTRATORE UNICO, PAOLO CREMONESINI: "IL FUTURO DEI SISTEMI GESTIONALI STA NELLA CAPACITÀ DI ESSERE UTILIZZABILI ATTRAVERSO INTERNET, APP E CLOUD"

«Il software è una forma d'arte non visibile», afferma Cremonesini, introducendo alle particolarità del gestionale Neit. «Perché il risultato sia un prodotto di facile comprensione e di semplice utilizzo - prosegue - c'è bisogno di un progetto pensato e impegnativo: realizzare infatti un'architettura informatica che coniughi questi due aspetti, salvaguardando l'ampio spettro di soluzioni cui un software deve dare risposta, è tutt'altro che semplice e facile».

Fedele a questa filosofia di fondo, Neit si connota sul mercato dei software per una straordinaria intuitività di utilizzo pur nella gestione di questioni complesse. Tra le caratteristiche, la sua modularità, verticalità e utilizzazione attraverso le app. «Il futuro dei sistemi gestionali, del resto, sta proprio nella capacità di essere utilizzabili attraverso Internet, app e Cloud», sottolinea Cremonesini.

Neit si presenta così con diverse proposte gestionali: Neit.Doc, Neit.Gest, Neit.Guard e Neit.Crm. Tutte le attività sono possibili attraverso poche maschere, chiare e immediate.

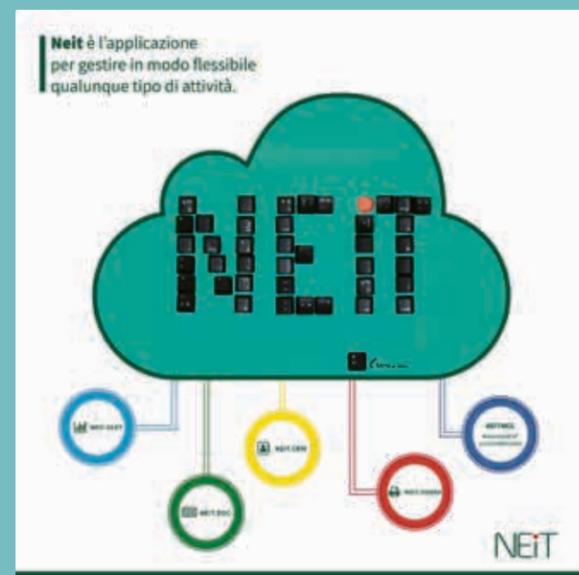
Neit.Doc è sinonimo di archiviazione d'eccellenza, rispondendo a un imperativo dell'archiviazione digitale: annullare la ricerca laboriosa dei documenti e il riposizionamento successivo.

Neit.Gest è il gestionale potente, affidabile e intuitivo, dove l'operatore trova tutte le risposte per lavorare in tutte le aree dell'azienda: produzione, logistica, amministrazione, finanza e controllo di gestione.

Con Neit.Guard la gestione dei sistemi di stampa non ha più problemi. Questo software garantisce una continuità di funzionamento delle macchine.

Neit.Crm è il gestionale pensato specificatamente per l'attività commerciale. Le attività commerciali, disegnate a livello strategico con obiettivi programmati e pianificati, sono il cuore pulsante dell'attività dell'azienda. La raccolta d'informazioni, la puntuale pianificazione delle attività e una corretta relazione con i clienti, sono elementi essenziali e strategici per conseguire gli obiettivi e per una precisa valutazione dei processi di miglioramento attraverso misurazioni delle performance di vendita.

Antonella Lanfrat



TRA LE 52 AZIENDE CHE CRESCONO DI PIÙ IN ITALIA

MOSAICI MONDIALI



TRAVISANUTTO GIOVANNI A SPILIMBERGO È LO STUDIO MUSIVO PIÙ NOTO DA GERUSALEMME A WASHINGTON: ECCO LA LISTA DEI SUCCESSI

È stato un percorso lungo e impegnativo quello che ha permesso alla **Travisanutto Giovanni** di diventare lo studio musivo più noto al mondo. Un traguardo raggiunto grazie a dedizione, sacrificio, professionalità e un'inesauribile passione che ha portato una piccola bottega artigiana a diventare una delle eccellenze del made in Italy e del spilimberghese in tutto il mondo.

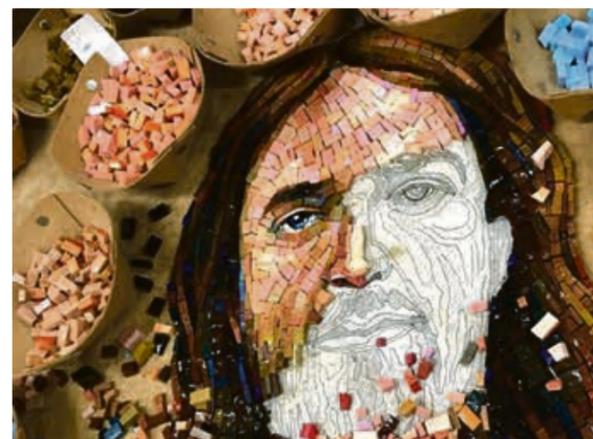
Un percorso iniziato nel 1971 alla Scuola di Spilimbergo, dove Giovanni svolgeva il ruolo di insegnante, e proseguita a New York grazie ad una di quelle occasioni che capitano una volta sola nella vita, per poi continuare con il supporto della famiglia a Spilimbergo.

Giovanni Travisanutto accetta l'offerta di lavoro di **Costante Crovatto**, seguendolo oltre oceano. Gli anni passarono veloci, la famiglia si è riunita a New York e, mentre i figli crescono, Giovanni inanella una serie di successi collaborando con architetti e artisti famosissimi. Dieci anni più tardi arriva una nuova occasione: Crovatto pensa alla pensione e Travisanutto vorrebbe rientrare in Italia, i due trovano un accordo e Giovanni con la famiglia ritorna a Spilimbergo, portandosi il lavoro e i contatti fatti in dieci anni di vita negli States.

L'entrata in azienda del figlio Fabrizio dà un'accelerata ulteriore al successo del laboratorio che, in 40 anni di attività, realizza opere musive in ogni angolo del mondo, sia in ambito religioso che pubblico. Dai mosaici nel Santo Sepolcro a Gerusalemme a quelli realizzati in un ventennio nella Basilica of The National Shrine of The Immacolate Conception a Washington DC e l'enorme Cupola principale della Trinità, benedetta da Papa Francesco il quale ha anche insignito con una medaglia di benemerita Giovanni e Fabrizio Travisanutto. Tra le opere pubbliche, quello che più colpisce, è la lista interminabile di artisti contemporanei che hanno lavorato con i Travisanutto, alcuni dei quali espongono nei musei più importanti al mondo e fanno parte della storia dell'arte.

"A parlare per noi sono i nostri lavori - racconta Fabrizio. Tramite il passaparola il nostro mercato si sta ulteriormente espandendo e dopo States, Canada, Inghilterra e Israele stiamo iniziando a lavorare con Australia e l'Oriente. Non facciamo fiere, né pubblicità e siamo una piccola azienda familiare che nella recente classifica del Sole 24 ore si è piazzata al 52esimo posto tra le realtà che crescono di più in Italia. Un'azienda familiare composta da tre dipendenti e da una squadra di professionisti pronta a lavorare a tempo pieno ai nostri progetti".

"In collaborazione con La Giotto Mosaics recentemente abbiamo



realizzato - continua Fabrizio - oltre 40 decori nelle stazioni della metropolitana di New York e altre 11 sono in cantiere, ma anche gli aeroporti di Washington DC, Seattle, Orlando e Dallas, le ambasciate americane di Dakar, di Bucarest, di Belgrado e Londra. Il lavoro ultimamente sta continuando a crescere e fa piacere, per esempio, arrivare a New York e vedere le persone farsi un selfie davanti a uno nostri lavori". **Luciana Idelfonso**

NEL FUTURO ANCHE LA CONSEGNA A DOMICILIO

LAVAGGIO E STIRO IN POCHI MINUTI

IL LAVASECCO AGOS CONTA 15
NEGOZI IN FVG E IN VENETO
IL SEGRETO DEL SUCCESSO: PREZZI
BASSI E TEMPI VELOCI

Era il 1981 quando Roberto Agostinetto inaugurò a Pordenone, in corso Garibaldi, il suo primo punto vendita di lavanderia. Oggi il centro lavasecco Agos conta 15 negozi tra Friuli Venezia Giulia e Veneto orientale, una cinquantina di dipendenti e servizi sempre più rispondenti alle esigenze dei clienti. Velocità di consegna, prezzi imbattibili, professionalità e gentilezza: sono questi i punti forti dell'azienda che, portata avanti da **Roberto** e dal figlio **Alessandro**, negli anni ha saputo evolversi utilizzando macchinari tecnologicamente avanzati, ponendo attenzione all'ambiente ed elaborando un sistema di consegna automatizzato. «A quattro anni dall'apertura abbiamo ricevuto un importante finanziamento per acquistare i locali di un negozio nel centro commerciale Meduna, dove c'eravamo spostati in quegli anni perché in quel modo potevamo offrire al cliente un servizio a prezzi competitivi e tempi veloci - spiega Agostinetto - in tre ore riusciamo a consegnare gli indumenti, il tempo che ci si impiega per un giro al centro commerciale e la nostra è stata la prima azienda ad adottare il sistema dell'invio di un sms per avvertire che il capo era pronto». Nel tempo sono stati aperti negozi, con anche il servizio di sartoria,



a Conegliano, Portogruaro, Treviso, a Udine e al Tiarè di Villesse, dove è stato sperimentato e adottato il primo solvente ecologico a base di alcol sterilizzato e la consegna in tre ore. Il grande lavoro per le lavanderie, oggi, è sulle camicie, che rappresentano il 45 per cento del fatturato. «Grazie a un manichino stira-camicie riusciamo a garantire prezzi bassi e tempi veloci», commenta il titolare. E dopo la "corsa" ai grandi magazzini la tendenza è di tornare ai centri più piccoli in maniera capillare. «Abbiamo aperto il laboratorio centrale a Tavagnacco - spiega **Alessandro Agostinetto** - che serve i negozi di Udine, in via Aquileia, Gemona, San Giorgio di Nogaro e San Daniele. L'azienda si avvicina sempre più al cliente - prosegue - e nel futuro pensiamo anche alle consegne a domicilio». **Giulia Zanella**



VINO FRIULANO DI QUALITÀ



LA CANTINA DI RAMUSCELLO HA INAUGURATO IL PUNTO VENDITA IN OCCASIONE DEL 60ESIMO ANNIVERSARIO DELLA FONDAZIONE

Prosegue il progetto di ammodernamento della Cantina di Ramuscello che, in occasione del 60mo anniversario dalla fondazione (avvenuta nel 1959 mentre l'attività produttiva partì nel 1952), ha intrapreso tutta una serie di investimenti in tema di innovazione culminati ora nell'inaugurazione del nuovo punto vendita aziendale.

della vicepresidente della Cantina **Laura Bertolin**, **Andrea Nonis** vicesindaco di Sesto al Reghena, di **Venanzio Francescutti** presidente di Confcooperative Fedagri Pesca Fvg, **Rodolfo Rizzi** presidente dell'Assoenologi Fvg, **Paolo Pittaro** presidente del Circolo Agrario Friulano e **Alessandro Driussi** presidente di Venchiaredo S.p.a..

UNA REALTÀ SOLIDA CON 130 SOCI E FATTURATI IN CRESCITA. GLI INVESTIMENTI DI QUESTI ANNI SONO STATI SUPERIORI AL MILIONE DI EURO

"Dopo aver rinnovato la linea produttiva della vinificazione e gli uffici - ha dichiarato il presidente **Gianluca Trevisan** - negli scorsi anni, eccoci a questo ulteriore passo che ci proietta ulteriormente nel futuro. Siamo una realtà solida, con 130 soci e fatturati in crescita. Gli investimenti di questi anni, superiori al milione di euro, ci permettono di guardare con fiducia alle richieste del mercato che, trainato dal Prosecco, ha sempre più "sete" di vino friulano di qualità come il nostro". Il nuovo punto vendita, benedetto da **don Rosario Gozzo** parroco di Ramuscello, ha visto la partecipazione al taglio del nastro

A INIZIO DECENNIO LA COOPERATIVA HA DOVUTO FAR FRONTE AD ALCUNE SFIDE IMPORTANTI MA L'ATTUALE DIRIGENZA HA RILANCIATO TUTTA L'ATTIVITÀ

"Complimenti - ha dichiarato **Luigi Piccoli** presidente di Confcooperative Pordenone - a Cantina Ramuscello: a inizio decennio la cooperativa ha dovuto far fronte ad alcune sfide molto importanti ma l'attuale gruppo dirigente non solo le ha risolte ma ha rilanciato tutta la vita aziendale, dando risposte ai soci e alle loro famiglie che dal conferimento dell'uva dipendono. Ancora una volta la cooperazione si dimostra attenta allo sviluppo non solo economico ma anche sociale del territorio".

EXPORT IN 40 PAESI

LAMITEX NEL PROGRAMMA ELITE



Un vanto per Lamitex Group l'ingresso nel programma Elite, community con oltre mille Pmi italiane ed estere, del London Stock Exchange Group, di cui Borsa Italiana fa parte. L'obiettivo di Lamitex, che realizza laminati per il rivestimento di superfici per l'interior design, è di "entrare in relazione con attori finanziari anche fuori regione che gravitano principalmente sulla piazza di Milano per dare ulteriore impulso ai progetti di ampliamento dimensionale a medio termine", spiega il socio fondatore e amministratore Marco Fadini. Il programma Elite si articola in vari step, l'ultimo dei quali prevede la possibile quotazione.

Lamitex - la cui compagine societaria annovera accanto al Presidente del Cda, Fadini, anche i vicepresidenti Luciano Andreutti e Renato Turchetto, un socio privato investitore e la finanziaria regionale Friulia Spa con una quota del 34% in relazione ad una operazione di investimento che termina a fine 2020 - punta su innovazione, crescita ed internazionalizzazione. Queste le armi vincenti per un'Azienda che - con 50 dipendenti nelle due sedi di Spilimbergo e Porcia, un'anzianità media di 38 anni e una componente femminile del 25% ad elevata professionalità - esporta più dell'80% della produzione in oltre 40 nazioni in tutti i continenti.

Un altro motivo di orgoglio è la sottoscrizione di un contratto regionale di insediamento con la Regione Friuli Venezia Giulia ed il Consorzio di sviluppo economico locale del Ponterosso-Tagliamento, competente sulla zona industriale nord di Spilimbergo, per l'implementazione della produzione di laminati ad alte prestazioni superficiali grazie al sostegno finanziario della Regione FVG attraverso la concessione di un contributo a fondo perduto.

Riflettori accesi su nuovi progetti di internazionalizzazione: Lamitex nei prossimi anni intende investire in progetti di penetrazione commerciale nelle Americhe, in Russia e nel far-east.

I prodotti Lamitex, ecosostenibili, ecologici, riciclabili e privi di inquinanti quali la formaldeide, si contraddistinguono per l'incredibile resa estetica d'impatto, una tecnologia unica CLPL grazie a cui si ottengono laminati con eccezionali doti di elasticità e plasticità. [Irene Giurovich](#)

OPPORTUNITÀ PER L'ESTERO

GIUGNO	FUTURE OF BUILDING 2019 - CONFERENCE AND B2B BROKERAGE EVENT - EEN - Vienna (AUSTRIA) 04-05 giugno 2019 Arredo Design, Energia Sostenibilità
	MISSIONE ESPLORATIVA ED ECONOMICA IN AFRICA SUBSAHARIANA - Yondee, Brazzaville (CAMERUN, REPUBBLICA DEL CONGO) 17-21 giugno 2019 Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro
LUGLIO	MERCATO METROPOLITANO - Londra (GRAN BRETAGNA) 05-07 luglio 2019 Food&Wine
SETTEMBRE	FIERA ALIHANKINTA - Tampere (FINLANDIA) 24-26 settembre 2019 Subfornitura industriale meccanica, elettromeccanica
OTTOBRE	INCOMING BUYERS GERMANIA - Pordenone 08-09 ottobre 2019 Subfornitura industriale meccanica, elettromeccanica
	BORSA VINI ICE GIAPPONE - Kyoto, Tokyo (GIAPPONE) 15-17 ottobre 2019 Food&Wine (vitivinicolo)
	GRANDI DEGUSTAZIONI DI VINI ITALIANI IN CANADA - Vancouver, Calgary e/o Toronto, Montréal (CANADA) 22-30 ottobre 2019 Food&Wine (vitivinicolo)
	FIERA INDAGRA - Bucarest (ROMANIA) 30 ottobre-03 novembre 2019 Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro
NOVEMBRE	FIERA ELMIA SUBCONTRACTOR - Jönköping (SVEZIA) 12-15 novembre 2019 Subfornitura industriale meccanica, elettromeccanica
	MIRABILIA - BORSE INTERNAZIONALI DEL TURISMO CULTURALE E DEL FOOD&DRINK - Matera 18-19 novembre 2019 Food&Wine
	BORSE VINI FAR EAST - Singapore, Taipei (SINGAPORE, TAIWAN) 19-21 novembre 2019 Food&Wine (vitivinicolo)

I calendari aggiornati su www.pn.camcom.it e www.ud.camcom.it

LE IMPRESE CONTINUERANNO A RIVOLGERSI AGLI UFFICI CAMERALI DELLE SEDI TERRITORIALMENTE COMPETENTI

INTERNAZIONALIZZAZIONE

PORDENONE-UDINE

www.pnud.camcom.it

PEC: cciaa@pec.pnud.camcom.it

Ci trovi a

PORDENONE - Corso Vittorio Emanuele II, 56

Tel. 0434 381250 381653 381609

mail: internazionalizzazione@pn.camcom.it

UDINE - Via Morpurgo, 4

Tel. 0432 273531 273532

mail: progetti.info@ud.camcom.it

Le aziende speciali **ConCentro** e **Imprese e Territorio I.TER** fanno parte della "Rete Enterprise Europe Network", cofinanziata dall'Unione Europea

ConCentro sovrintende il "Centro Regionale della Subfornitura del Friuli Venezia Giulia" e il progetto "Pordenone With Love"

L'attività di **I.TER**, a supporto delle imprese impegnate verso l'estero, viene svolta dalla sede di Udine di **Promos Italia**, la nuova struttura nazionale del sistema camerale a supporto dell'internazionalizzazione

ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER!

GIOVANE IMPRENDITORE - UD

TERZA GENERAZIONE DI FRUTTA E VERDURA

Qualità e freschezza. Sono i punti di forza dell'attività di **Tommaso Musurana**, che propone in diversi mercati, soprattutto dell'isontino, oltre cento prodotti ortofrutticoli e specialità alimentari. Tommaso, classe 1985, porta avanti con entusiasmo l'esperienza di famiglia. Erano gli anni Cinquanta. Prima nonna Veneranda, poi papà Rodolfo. Con passione e dedizione avviano e sviluppano la vendita dei frutti della terra nei mercati. Nel 1999 nasce la società Agricommeciale snc, a Palmanova, e nel 2012 fa il suo ingresso ufficiale anche Tommaso.

Per il giovane imprenditore, la decisione di proseguire l'attività di famiglia è naturale. Dopo la laurea in Relazioni Pubbliche all'Università di Udine conseguita nel 2009, decide di proseguire il lavoro che ha sempre respirato in famiglia e ha conosciuto fin da piccolo.

"Rappresento la terza generazione che prosegue l'attività", racconta.

A volte ci sono delle aziende dove il cambiamento mostra delle criticità per la difficoltà dei ruoli, nelle differenze di vedute tra imprenditore e successore. Ma per Tommaso l'inserimento è avvenuto in maniera piuttosto spontanea. "La collaborazione è solida - ha spiegato - c'è il supporto continuo della mia famiglia. Il rapporto quotidiano tra lavoro e famiglia a volte può essere più delicato da gestire, ma da noi c'è una base solida di rispetto e collaborazione".

E fin da subito per il giovane imprenditore sono arrivate delle soddisfazioni nel lavoro al mercato: la clientela affezionata continua a seguire le loro attività e cerca nei mercati i loro prodotti selezionati da fornitori locali. Sui banchi allestiti



Tommaso Musurana

nei mercati - soprattutto dell'isontino - vengono esposti da Tommaso prodotti di stagione come ciliegie, fragole, albicocche, zucchine, asparagi di bosco, pomodori, frutta e verdura. In occasioni particolari, vengono proposte alla clientela anche alcune specialità, come marmellate e confetture. Il profilo Facebook (Agricommeciale snc) viene aggiornato costantemente con le novità esposte sui banchi.

I mercati settimanali dove è presente l'Agricommeciale sono: Gradisca d'Isonzo (martedì), Ronchi dei Legionari (mercoledì), Attimis (giovedì), Cormons (venerdì) e Staranzano (sabato).

La crisi economica si è fatta sentire? Quali sono gli effetti?

"E' cambiato il lavoro legato alla vendita - ha risposto Tommaso - sono cambiate le opportunità

di acquisto per i consumatori. Sono cambiate le abitudini delle persone. Gli acquirenti hanno sempre meno tempo e cercano formule nuove. Per questo è importante sapersi adeguare ed essere flessibili. La crisi economica si è fatta sentire, le persone sono più attente a quello che spendono e contemporaneamente cercano la qualità". Se la clientela si è mantenuta costante, sono tuttavia aumentate le spese di gestione generali. La vera sfida ora è proprio contenere i costi.

Cosa consigliare ai giovani imprenditori che vogliono avviare la loro attività nel settore commerciale?

"Consiglio - ha detto - di puntare sempre sulla qualità. Sul lungo periodo la qualità alla fine ripaga sempre".

Mara Bon

GIOVANE IMPRENDITORE - PN

UNA FAMIGLIA, UN GRANDE BISCOTTO

BiscottoPordenone® e Gelateria Pasticceria Montereale sono sinonimo di tradizione, storia, qualità. Fu la **famiglia Martin**, titolare dello storico locale aperto nel 1987, a registrare presso la Camera di Commercio il marchio di questo ottimo dolce tipico e a farne il cavallo di battaglia della gelateria artigianale. Una golosità che oggi **Matteo, GianMaria e Rosetta**, figli di **Edi e Bruno**, propongono anche nell'omonimo

gusto, sicuramente il più gettonato della gelateria di via Montereale che dal 1989 ha esteso la sua produzione anche alla pasticceria. Il successo è tale che nel 2004 è stato riconosciuto "Prodotto Tipico Friulano".

Unico produttore del BiscottoPordenone®, riconosciuto nel cibarico Fvg, la fama della famiglia

Martin oltrepassa la regione, grazie anche alla partecipazione a manifestazioni ed eventi. La prima ricetta del celebre biscotto di cui si ha notizia risale agli inizi degli anni '40; i fratelli Martin ne hanno studiato la storia mettendo in luce elementi, ingredienti e materie prime un tempo appartenute alle origini della tradizione pordenonese. Le componenti base sono farina di grano tenero e farina di mais, che richiamano i vecchi molini pordenonesi, zucchero, mandorle grezze (le cui derrate transitavano abbondanti per il Portus Naonis), burro, tuorli d'uovo, aromi naturali e lievito. Un goccio di grappa, infine, conferisce maggiore friabilità e fragranza al prodotto, assieme al sale grosso (l'antica via del sale Stiriana terminava proprio a Portus Naonis). Tuttora la produzione del BiscottoPordenone® è completamente artigianale, dalla selezione delle

materie prime alla preparazione dell'impasto; e i piccoli biscotti vengono stampati uno ad uno, come quelli fatti in casa.

Spinti da passione e curiosità, i tre ragazzi - oggi sulla quarantina - frequentano corsi di caffetteria, gelateria e pasticceria, trasformando la Montereale in uno dei punti di riferimento di tutta la provincia. La professionalità della Montereale si diffonde presto:

Matteo e GianMaria vengono spesso invitati a tenere corsi di pasticceria e gelateria. La ricerca e il legame col territorio contribuiscono anche al riconoscimento da parte della Regione Fvg di "Eccellenza Artigiana". C'è poi una grande attenzione, precisa GianMaria, verso le intolleranze alimentari, in primis quella al glutine: la Montereale è



BiscottoPordenone nasce dalle mani di Matteo, GianMaria e Rosetta Martin

la prima gelateria accreditata della provincia pordenonese.

Nell'accogliente gelateria (20 posti all'esterno, 18 all'interno), dotata di wi-fi, tutto l'anno si degustano - con un piacevole sottofondo musicale e la compagnia di libri e guide da sfogliare - almeno 18 gusti (in estate) tra creme, sorbetti e monoporzioni, oltre a semifreddi in vaschetta, torte e pasticceria fredda, ghiaccioli e granite. La fa da padrone, naturalmente, il biscotto di Pordenone, mantecato al latte con curcuma e paprika dolce, un gusto che ha fatto arrivare i Martin alle finali mondiali del "Gelato world tour".

La Gelateria Montereale si trova a Pordenone in via Montereale 23 (chiusa il martedì). Tel. 0434 365107 - www.gelateriamontereale.com - info@gelateriamontereale.com. **Rosalba Tello**

DJANGO GIRLS UDINE

DONNE DIGITALI UN WORKSHOP ALL'UNIVERSITÀ

Si chiama Django Girls Udine ed è un workshop che si terrà il 15 giugno presso il Dipartimento di Scienze matematiche, informatiche e fisiche dell'Università di Udine. Django Girls è un'iniziativa che vuole contribuire al women empowerment nel settore digitale avvicinando le donne alla programmazione web. Si tratta di un laboratorio gratuito della durata di una giornata aperto alla partecipazione di tutte, senza limiti di età e di background culturale e dove teoria e pratica si fondono insieme. Durante il workshop le partecipanti entreranno in contatto con le tecnologie Django e Python e impareranno a sviluppare un blog. Inoltre verranno introdotti altri strumenti che sono il pane quotidiano dei developers, come il repository Github e il servizio di hosting Heroku. L'obiettivo di Django Girls Udine è quello di permettere a tutte di acquisire le conoscenze di base per programmare in Python. Per questo le partecipanti saranno divise in gruppi, ciascuno dei quali sarà affiancato da un coach che seguirà il gruppo in ogni task. A supporto di coloro che vogliono partecipare, inoltre, ci sarà un tutorial on line che accompagna passo passo a tutte le procedure da svolgere per mettere in linea il blog. Django Girls Udine è un laboratorio di livello base, quindi per partecipare non è necessario possedere alcuna conoscenza di tipo tecnico. Lo scopo del workshop è l'inclusione e quindi è aperto anche alle donne che si sono già avvicinate in precedenza allo sviluppo web e conoscono il linguaggio HTML e le classi CSS. L'unica richiesta che gli organizzatori avanzano alle partecipanti è quella di portare un computer portatile, dove verranno installati tutti gli strumenti necessari.

LA RUBRICA ETICA&ECONOMIA

RESPONSABILITÀ E FIDUCIA FAVORISCONO LA CRESCITA

OCCORRE CREDERCI CONVINTAMENTE PER FAVORIRE UN PROGETTO PAESE PER LA RIPRESA DEL LAVORO E DEI CONSUMI OCCORRE PUNTARE SULL'ETICA

Una lieve ripresa del lavoro c'è, ma serve fiducia nella crescita per generare una reale occupazione stabile: occorre ritornare all'etica della responsabilità.

Quali sono i fattori di difficoltà attuali? La paura, la sfiducia, l'incertezza, la Brexit, il rallentamento della Germania, i dazi, il calo della domanda interna. Su alcune situazioni possiamo fare ben poco se non sperare in rapide e favorevoli soluzioni, ma su altre la responsabilità è molta. Sottolineo gli aspetti etici riferiti a responsabilità e fiducia. Sussistendo detti elementi è chiaro che le aziende saranno maggiormente disponibili a favorire assunzioni stabili.

Vi è, poi, l'aspetto riferito ai posti di lavoro liberi che non trovano profili adeguati. Mi riferisco a tecnici, informatici, esperti di settore. Qui l'indicazione non può che essere quella della formazione elevata. In prospettiva scuole e università devono capire quali saranno le professioni del futuro e formarle (si chiama orientamento), ma nell'immediato chi ha titoli di studio tecnici ed informatici deve privilegiare un'alta specializzazione formativa per fornire alle imprese le professionalità di cui hanno bisogno.

A livello dirigenziale questa è offerta dai nuovi progetti della società 4.Manager costituita da Confindustria e Federmanager. Un'ottima intuizione in quanto i dirigenti sono la "spina dorsale" del modo produttivo, prendono decisioni, si assumono rischi gravosi.

Servono poi nuovi incentivi per la trasformazione digitale delle imprese, specie piccole e medie, che possono (leggasi debbono) aggregarsi per

puntare all'internazionalizzazione, unica alternativa alla delocalizzazione. La PA a sua volta deve investire, ma soprattutto dev'essere posta nelle condizioni di sburocratizzare con nuovi Testi unici legislativi nazionali e regionali. Meglio sarebbe svolgere controlli mirati post autorizzazioni togliendo lacci e laccioli preventivi che sono sfiancanti anche per i più motivati funzionari pubblici.

LA CLASSE DIRIGENTE VA CREATA VALORIZZANDO LE COMPETENZE. AGLI IMPRENDITORI VA CHIESTO DI SFORZARSI NEL PROGRAMMARE SECONDO UNA VISIONE DI MEDIO E LUNGO TERMINE

Alla politica si chiede infine anche una forte incentivazione economica e la riduzione dell'impressionante pressione fiscale

*Il Nordest italiano è, ahinoi, ai primi posti in Italia per la fuga di giovani neolaureati rispetto alla popolazione residente. Occorre invertire questo trend. La classe dirigente va creata valorizzando le più belle competenze che emergono dal territorio. Agli imprenditori va chiesto di sforzarsi nel programmare secondo una visione di medio e lungo termine superando misure di corto raggio. **Danielle Darnale***

DONNA IMPRENDITRICE - UD

UN'INTERA VITA TRA CASA E OFFICINA

Una guida tutta femminile per un mestiere storicamente "da uomini": nel caso di **Sabrina Bernardino** si tratta di una vocazione di famiglia perché gestisce la carrozzeria fondata dal padre nel 1962.

Nata a Udine, classe 1965, Sabrina è titolare della Carrozzeria udinese di via Umago insieme alla sorella

Barbara. "Sono cresciuta proprio tra casa e bottega, anzi tra casa e officina, ne ho respirato l'odore e l'atmosfera fin da piccola: mio padre ha creato l'azienda e una volta diplomata il mio percorso naturale è stato quello di scegliere di lavorare al suo fianco, di essere anch'io parte di quella realtà che vedevo crescere ogni giorno".

Sabrina ha iniziato nel 1984 con un ruolo amministrativo nella contabilità a fianco della madre: all'epoca nella carrozzeria lavoravano più di 15 addetti. "Da mio padre ho ereditato l'approccio al lavoro: essere sempre propositivi, impegnarsi, innovare. Lavoravo in ufficio ma continuavo a osservare e a conoscere il cuore dell'azienda: la trasformazione della lamiera, le fasi della riparazione, l'abilità delle mani dell'artigiano che sanno trasformare forme e materiali". Il ruolo di Sabrina si è evoluto nel tempo: oggi coordina l'ufficio amministrativo, la gestione dei clienti e dei fornitori, supervisiona i lavori prima della consegna, coordina le attività di formazione del personale.

"L'azienda si occupa di carrozzeria e di meccatronica. Il mercato dell'automotive, è cambiato moltissimo

negli ultimi anni: le nuove competenze necessarie per le auto di oggi, per le elettriche e le ibride, sono tantissime ed evolvono velocemente. L'abilità artigiana non è più sufficiente, bisogna essere sempre aggiornati sulle ultime tecnologie per essere competitivi. Il valore aggiunto del mio lavoro è gestire

al meglio organizzazione e programmazione per garantire qualità e affidabilità ai nostri clienti."

Carrozzeria udinese, infatti, lavora per flotte aziendali e imprese ma soprattutto con i privati, clienti storici e affezionati che conoscono la famiglia Bernardino da tempo e che sono passati da padre in figlia. C'è spazio anche per la comunicazione e per la promozione che passano attraverso il sito web e la pagina

Facebook. "Il passaggio generazionale non è stato facile: i genitori che hanno saputo creare un'impresa lasciano un doppio vuoto in chi resta, sia personale che professionale. Per noi artigiani spesso è davvero difficile coniugare lavoro e famiglia: ben vengano quindi i nuovi progetti di welfare di Confartigianato che rappresentano un sostegno proprio a chi deve gestire casa e lavoro.

Essere donna in un mondo prettamente maschile? "Non sono mai riuscita a capire il limite di genere, perché non l'ho mai vissuto in prima persona: qui contano esperienza, affidabilità e competenza."

Francesca Gatti



Sabrina Bernardino

DONNA IMPRENDITRICE - PN

CERTIFICAZIONE BIO PER L'ARNICA MONTANA

Gialla. Curativa. A km zero e biologica. ARMO, acronimo di arnica montana, 1191, identificativa dell'aiuola pilota a Piancavallo, ha ottenuto la certificazione biologica. Un vanto per l'imprenditrice **Francesca Muner**, un passato in banca e un futuro nella meravigliosa culla di questa piantagione,

insieme al marito **Antonio**

Conzato e al fratello **Andrea**

Muner.

Un'avventura unica, resa possibile senza alcun finanziamento pubblico: 3 ettari e mezzo di terreno in affitto in Castaldia, località Candaglia a 1191 metri sotto la piana del monte Cavallo, a coltivazione attualmente 6 mila metri (una parte dei terreni è impraticabile per l'agricoltura). Andranno in fioritura da giugno a luglio 60 mila piantine. La previsione è

piantarne altre 30 mila per la fioritura 2020. In questi anni si è arrivati dai 10 ai 20 kg di fiori essiccati (un quinto del raccolto fresco), l'obiettivo è di centrare i 50-100 kg di materia prima essiccata.

ARMO, marchio di qualità delle Alpi e delle Dolomiti, produce la parte cosmetica per uso esterno, molto richiesta, viste le riconosciute proprietà antidolorifiche e antinfiammatorie dell'arnica, ma non è esclusa l'applicazione omeopatica per uso interno. "Attualmente - anticipa Francesca Muner - stiamo studiando con il laboratorio di trasformazione ulteriori prodotti per uso esterno, specifici per gli sportivi; stiamo massimizzando la tipologia di estratto

dei principi attivi in collaborazione con Università e aziende start-up specializzate in estrazione e trasformazione di piante officinali". Tutto ha avuto inizio nel 2011 con la prima aiuola pilota; nel 2012 la prima piantagione con 8 mila piantine; nel 2016 la cosmesi.

Banditi diserbi e concimi chimici, banditi pure i fitofarmaci. "I nostri prodotti sono fatti di vera, e non presunta, arnica montana, con una percentuale altissima di materia prima bio da noi coltivata; non sono mescolate altre specie minori di arnica, non ci sono surrogati sintetici e non strappiamo l'arnica alla natura".

Tutto naturale - senza petrolati, alcool, siliconi, sles, paraben, conservanti, profumi sintetici - ,

dermatologicamente testato e commercializzato in erboristerie e farmacie ma anche in negozi bio e nei reparti specializzati in cosmesi come la Cooperativa di Cortina (è possibile acquistare anche dal sito www.armo1191.it). Vari target di clienti hanno scelto ARMO: sportivi (l'azienda è presente in molte gare di ultra trail, Mtb, basket, pattinaggio ed altre specialità) e professionisti fra cui fisioterapisti, massaggiatori e centri estetici.

L'arnica rappresenta l'ossigeno dei boschi, il cielo che ti abbraccia mentre lavori, il giallo solare dei fiori, la bellezza fiera e fragile della montagna da proteggere. Irene Giurovich



Francesca Muner

IMPRENDITORE STRANIERO - UD

IMPARARE IL CINESE PER IL TUO BUSINESS

Nel tempo della nuova Via della Seta, è fondamentale per ogni impresa friulana di piccole, medie o grandi dimensioni poter contare su un professionista qualificato capace di dare suggerimenti e consigli davvero utili a chi voglia entrare nel grande e complesso mercato cinese. Ne è convinta **Fan Bing**, oggi cittadina italiana, ma nata a Pechino, titolare a Udine della scuola di lingua cinese Leonsi Mandarin Garden, con sede in via Divisione Julia 24 (fanbing@leonsi.eu, tel. 3701247703), da lei fondata nel 2015, quando si è stabilita definitivamente in Friuli.

"Sono arrivata per la prima volta in questa regione nel 1995 - racconta -, poi sono rientrata nel mio Paese nel 2004 per gestire fino al 2015 un'attività di 'trading' a Shanghai a me intestata".

Residente a Udine e sposata con un friulano, Fan Bing è molto orgogliosa della sua scuola di lingua, che è poi un attivo centro di irradiazione della cultura e della civiltà cinese. "Qui non solo si insegna la lingua, quindi a comprendere, leggere, scrivere e parlare il cinese - precisa -, ma si apprendono anche gli usi, i costumi, la storia, le tradizioni e le regole di comportamento, finanche la filosofia della mia madrepatria". Le lezioni, al Garden, possono essere di gruppo e anche individuali.

"Innanzitutto qui si impara da una persona madrelingua, che è certificata in patria per l'insegnamento della lingua cinese - spiega la titolare -, si può acquisire la preparazione necessaria ad

affrontare, all'Università di Venezia, Facoltà di Lingue Orientali, l'esame che consente di avere il certificato HSK (già conseguito con successo da vari studenti che frequentano la scuola), che è il solo che viene riconosciuto in Cina per gli stranieri".

Fan Bing è un'insegnante dal robusto "background", e ha un piglio esigente, anche un po' severo. "Non

posso creare l'illusione in chi viene qui pensando di imparare il cinese con poche ore di lezione - afferma - e dunque chiunque arrivi nelle nostre aule deve sapere che per conoscere questa lingua, come tutte le altre, sono necessari molto studio, applicazione, costanza, interesse vero e dedizione". Certo non è impossibile, come molti credono, familiarizzare con quella che Fan Bing definisce (anche nel pay off

della scuola) "la lingua del futuro".

"Il cinese sarà sempre più importante - dice l'insegnante -, ma è certo che in questo momento e nei prossimi anni avere la conoscenza di questa lingua sarà un 'plus' molto significativo per qualsiasi curriculum, specialmente per chi fa impresa o si dedica al commercio internazionale".

Ed è per questo che Fan Bing si propone anche come consulente per le aziende che puntano alla Cina. "Non faccio nomi ovviamente - conclude -, ma posso dire che un'impresa friulana non avrebbe portato a casa di recente un'importante fornitura di prodotti in Cina senza la mia mediazione".

Alberto Rochira



Fan Bing

IMPRENDITORE STRANIERO - PN

PARRUCCHIERE DI TALENTO A SOLI VENTIDUE ANNI

La qualità innanzitutto. E poi uno stile d'arredo originale, improntato alla contemporaneità e al colore. Queste le cifre distintive dei tre saloni di parrucchiere gestiti nel pordenonese dall'intraprendente imprenditore cinese **Shèngjié Shi**, 22 anni. Del suo lavoro e di sé stesso non vuole quasi parlare, ma le cronache hanno già

detto molto di lui. Quello che colpisce, ad esempio, è che ha dieci dipendenti, tutti italiani. Quando poi gli chiediamo se ha deciso di andare in controtendenza rispetto ai suoi colleghi di origine cinese, puntando sulla qualità, nega. Per lui in questo caso far bene il proprio lavoro è una questione personale, non c'è dietro nessuna strategia.

I prezzi, infatti, nei suoi saloni non sono poi così bassi, anzi. Più di tutto ad emergere, dal racconto di Shi, è la passione per una professione. Anche nei pochi minuti necessari a raccogliere i dati per questa intervista non ha mai lasciato i suoi clienti. In sottofondo al telefono o facendo proprio delle pause, tutta la conversazione è puntellata dal costante rapporto con il prossimo che viene affrontato dall'imprenditore chiacchierando amabilmente in un ottimo italiano. Un particolare che farà sicuramente la differenza, rispetto alla concorrenza con tanti altri parrucchieri del suo paese. D'altronde il titolare, per quanto nato in Cina, risiede in Veneto da circa 12 anni. Dopo

aver imparato bene la lingua italiana, ha scoperto la sua passione per le acconciature. A 14 anni inizia così a frequentare lo Ial di Pordenone, un istituto di formazione per parrucchieri, e in contemporanea lavora in un salone gestito da amici cinesi. Sono seguiti stage e esperienze per capire le differenti visioni del mestiere tra

cinesi e italiani. Dopo questo percorso nel 2015 Shi apre il suo primo salone a Sacile, nel 2016 il secondo a Cordenons, e nel 2018 il terzo a Pordenone. Ovviamente, non senza sacrifici. Tra le pratiche professionali che oggi predilige cita il colore e il taglio. Non ha preferenze invece tra uomini o donne, in fatto di capelli. La sua clientela vede persone di tutti i tipi e di tutte le età. Al

momento, con la gestione di tre negozi, Shi non ha altri obiettivi. Tre attività, da quanto riporta, sono più che sufficienti da gestire e il lavoro è già piuttosto pesante. Chiudiamo chiedendo a chi o a cosa si sia ispirato per arredare i suoi saloni, dove troviamo, ad esempio, riproduzioni di cavalli a grandezza naturale, plastiche brillucanti, sinuose poltrone e specchi dalle curiose simmetrie. "Non mi sono ispirato a nessuno, - conclude - ho progettato anche il bancone della cassa. Più che piacermi il moderno, apprezzo tutto quello che è strano e particolare. Comunque da sempre un tocco tutto mio". Emanuela Masseria



Shèngjié Shi



ALL'ANCONA DUE IN VIALE TRICESIMO A UDINE

LA RISTORAZIONE NELL'ANIMA

DAI LOCALI DI BROADWAY ALLA COSTIERA AMALFITANA FINO A UDINE
LA FAMIGLIA PISACANE DA SEMPRE METTE PASSIONE NELLA CUCINA

» MARCO BALLICO

Una famiglia di ristoratori. Anzi, generazioni di ristoratori. «I fratelli di mio nonno - racconta **Vincenzo Pisacane** - gestivano un locale a Broadway, nel quartiere dei teatri». Da Agerola, splendida terrazza sulla costiera Amalfitana, a Udine: la storia inizia nel 1988, negli spazi che furono in precedenza di una concessionaria Alfa Romeo e di un commercio di attrezzature alberghiere.

Da allora - il 25 maggio di quest'anno si sono compiuti i 31 anni - sempre in via Tricesimo 101 a Udine, in sei sale distribuite su tre piani, due delle quali molto ampie, adatte a cene aziendali, feste di compleanno o cerimonie, sotto l'insegna "Ancona Due", nome legato alla religiosità popolare.

Zii e cugini, all'inizio. Quando poi le attività lavorative si sono divise, Vincenzo ha guidato il ristorante assieme alla moglie **Maria** e ai figli

TRADIZIONE E INNOVAZIONE. L'OFFERTA È SOPRATTUTTO DI PESCE, MA NON MANCA OVVIAMENTE LA PIZZA CON FARINE A PIETRA LAVORATE A MANO

Gerardo e Pietro, che lavorano al banco e in sala, e **Rosa**, che dà un contributo anche sul fronte amministrativo.

Tradizione e innovazione. «La nostra offerta è soprattutto di pesce - spiega il titolare -. Prodotto fresco di giornata, con fornitore la Ittica Quarnero». Il menù è vastissimo. All'"Ancona Due" (servizio dalle 12 alle 14.30, dalle 17.30 alle 22.30 per la cucina e fino a mezzanotte per la pizzeria, turno di chiusura martedì) si va dalle insalate ai primi di crostacei, dalle grigliate, anche di carne, al pesce al forno. I piatti clou sono l'antipasto della casa, misto caldo e freddo di pesce, spaghetti all'astice e a "poppa" (ai frutti di mare), con abbinamento di vini spumantizzati e bianchi, a partire dalle etichette del Collio. «Sono le portate che ci caratterizzano, quelle più richieste dalla clientela tipo: professionisti, famiglie, molto stranieri, in primis austriaci e tedeschi». Non manca la pizza. «Puntiamo sul tradizionale - sottolinea la famiglia Pisacane -. Lavoriamo con le farine a pietra, quelle macinate a mano, di colore più scuro del consueto». Attenzione anche a chi ha esigenze alimentari particolari, ed ecco la pizza senza glutine, oltre a qualche specialità per i vegetariani. Grazie alla pasticceria interna al ristorante, "Ancona Due" ha in menù anche un'ampia selezione di dessert.

La passione è di lunga data. «Sono nato in una famiglia di ristoratori - dice Vincenzo - e continuo a lavorare con lo stesso impegno di sempre. Per noi i prodotti genuini sono tutto: devono diventare la base della buona cucina. Certo, c'è sacrificio, ma è altrettanto grande la soddisfazione nel vedere alzarsi da tavola un commensale sorridente».

LA VECIA OSTERIA DEL MORO

IL TRIONFO DI SAPORI E TRADIZIONE



"La vecchia osteria del Moro" ha un nome che non è un vezzo. Delle osterie storiche pordenonesi è una delle due rimaste, anche se la famiglia Moro, da molti anni, non la gestisce più. Ad accogliere clienti e amici, dal 1983, è il risto-oste **Ilario Sartor**, classe 1948, originario di Alvisopoli (Fossalta di Portogruaro) che ha rilevato la gestione di questo antico luogo di ristoro situato nei locali di un ex convento quattrocentesco. L'insegna ritrae



Ilario Sartor

bacco e, naturalmente, è adeguata. Qui si bevono ottimi vini friulani (soprattutto del Collio, ma anche delle Grave, dei Colli Orientali e dell'Isonzo), con l'innesto di alcuni macerati sloveni.

«La gestione dei Moro - spiega Ilario - si interrompe con il terremoto del 1976 e, dopo 7 anni di chiusura, mi faccio avanti, decido di smettere di vagabondare in giro per le osterie d'Italia, e la riapro». Ed è subito un successo, grazie anche ai lavori di ristrutturazione, eseguiti in accordo con la Sovrintendenza, che hanno sì lasciato intatto il fascino storico dei locali, ma anche aggiunto una maggiore luminosità e leggerezza strutturale, rispetto alla situazione precedente.

Pian piano dall'osteria con cucina, si passa alla cucina con osteria, facendo prevalere il lato ristorativo su quello enoico. Alla "Vecia osteria del Moro", adesso, non si viene per giocare a carte o leggere il giornale, ma ci si siede ai tavoli "francescani" soprattutto per pranzare e cenare. Il menù guarda con molta attenzione alla cucina tradizionale locale (offrendo pitina, Montasio, prosciutto di San Daniele, lumache, trippe, muset, frico, gnocchi, baccalà), ma anche a quella di altri territori. In questo modo è possibile accontentare il cliente del posto, ma anche quello che arriva a Pordenone da fuori. E con la proposta enogastronomica di Ilario e la sua sincera simpatia, il Friuli fa sicuramente una bella figura.

L'osteria è situata in via Castello 2 e chiude, per riposo, la domenica. Durante gli altri giorni della settimana, l'orario di apertura va dalle ore 10.00 alle 15.00 e dalle 18.00 alle 24.00.

Per informazioni e prenotazioni: 0434 28658; 387.93427; info@laveciasosteriadelmoro.it. **Adriano Del Fabro**

IL BIRRIFICIO DEL MESE

TRE SORGENTI DANNO VITA ALLA VALSCURA DI SARONE



Si dice che il primo ingrediente per fare buona birra è buona acqua: e questo è uno dei vanti del birrifico Valscura di Sarone (Pn), che si rifornisce a tre sorgenti che sgorgano alle pendici del Cansiglio. «Insieme ai buoni lieviti - sottolinea **Gabriele Mazzer**, che si occupa della produzione insieme al mastro birraio Gianpaolo Tonello -: se i lieviti stanno bene e lavorano

bene, anche la birra esce buona». Un sostenitore del vecchio detto secondo cui "il mosto lo fa il birraio, la birra la fa il lievito"; e che per questo tiene in primo luogo alla qualità delle materie prime.

Una filosofia che si ritrova anche nella sala degustazione, dove oltre alle birre è possibile trovare numerosi prodotti tipici - dagli affettati, ai formaggi, alla pasta - fornite da produttori locali come Lebon, Molinaro e In Cortile.

Le tipologie di birra sono una quindicina, dalle classiche - come la pils Liquentia, la weizen Panera e la belgian stout Valscura - alle più curiose, alcune della quali stagionali. Tra queste segnaliamo la Canipa, birra al farro e segale che vanta una miscela di erbe - ben dodici - come da tradizione medievale del gruit - utilizzato per aromatizzare e conservare prima che il luppolo si imponesse -; la Patriarcale, che vede ben tre fermentazioni di cui l'ultima con lievito non convenzionale; e la Fich, una saison bruna al figo moro di Caneva e zucchero di canna, dai caratteristici sapori caramellati. Nel corso di quasi quindici anni d'attività sono arrivati anche diversi riconoscimenti a livello internazionale: l'ultimo in ordine di tempo è il bronzo al Brussels Beer Challenge per la Leale, una double saison. Non mancano nemmeno gli eventi degustazione: il calendario 2019 parte appunto con la fine di maggio, e prevede sette appuntamenti in cui alle birre Valscura saranno abbinati piatti preparati con ingredienti locali - dalla costata di pezzata rossa, al baccalà, allo spiedo preparato dalla macelleria di Fontanafredda. Tutte le informazioni sul birrifico, orari di apertura e sul calendario delle serate sono disponibili su www.valscura.it e sulla pagina Facebook.

Chiara Andreola

JUNIOR ACHIEVEMENT E STORIE DI ALTERNANZA

STUDENTI IMPRENDITORI



IL PREMIO JA CONQUISTATO DAL PROGETTO LIFE PILLOW MENTRE I 5 MILA EURO PER I VIDEO SONO ANDATI A TRE LICEI E TRE ISTITUTI TECNICI

È Life Pillow, un articolato e completo progetto d'impresa per un cuscino intelligente e sostenibile, il vincitore dell'edizione 2019 della Fiera Impresa In Azione per il Friuli Venezia Giulia. A realizzarlo, L'ITSE Cecilia Deganutti di Udine, con le classi 4° D R.I.M., 5° A A.F.M. e 5° B S.I.A, docente coordinatore la professoressa Tiziana Tibalt ed esperto aziendale, che li ha accompagnati, Raffaele Pizzoferro.

Dieci le classi (e i progetti d'impresa presenti), con 132 ragazzi delle province di Udine e Pordenone che, sotto il porticato dell'ente camerale in piazza Venerio a Udine, hanno presentato a una giuria di esperti le idee d'impresa realizzate durante l'anno. Tutto secondo il programma promosso da Junior Achievement Italia, dedicato all'educazione economico-impresoriale nella scuola, e sviluppato in Fvg grazie alla partnership con la Camera di Commercio di Pordenone-Udine.

Gli altri premi JA della giornata sono stati quelli messi in palio dalla Gp e da Fedex e sono andati rispettivamente a Remember JA del Deganutti e a Sunflower del Ceconi. Sono stati conferiti eccezionalmente due ulteriori premi speciali, uno per il miglior team intraprendente a Esc JA ideato dall'Ite Marchesini-Isis di Sacile e Brugnera, e l'"impact award" a Eco Ja dell'Uccellis di Udine.

Le classi arrivate complessivamente alla Fiera in fase finale sono state dell'Educatando Uccellis, dell'Ipsia Ceconi e dell'Its



Deganutti di Udine, del liceo scientifico annesso al Paolo Diacono di Cividale, dell'Is "Il Tagliamento" di Spilimbergo, dell'Ite Marchesini-Isis di Sacile e Brugnera.

La premiazione è avvenuta al culmine di una giornata ricchissima, tutta all'insegna dell'impresorialità e dello spirito d'iniziativa degli studenti.

Oltre che con il premio Junior Achievement, c'è stata anche un'altra premiazione, tutta del sistema camerale, ossia il Premio Storie di Alternanza: 5 mila euro del bilancio camerale conferiti alle scuole dal presidente Giovanni Da Pozzo: tre vincitori per i licei e tre per gli istituti tecnici e professionali (Percoto, Malignani, Copernico e Ceconi, Isis Malignani e Bearzi) che hanno realizzato i migliori video-racconti della loro esperienza di alternanza scuola-lavoro. Il Copernico ha anche avuto una menzione nell'edizione nazionale del progetto. «Una giornata particolarmente importante - ha commentato il presidente Da Pozzo nel conferire i premi -. È un piacere constatare che c'è vivacità e collaborazione tra il mondo dell'economia e della formazione ed è un orgoglio premiare studenti che hanno messo in campo idee e progetti per prepararsi al meglio al lavoro e all'impresa».

I VINCITORI DI JA

IL CUSCINO CHE PROTEGGE LA SALUTE E L'AMBIENTE



Life pillow è un cuscino unico che, grazie alla sua forma, sostiene il capo evitando di sovraccaricare la zona cervicale. È realizzato in tessuto morbido e traspirante ed è imbottito di lana di legno di abete. Tutti i tessuti derivano da scarti di produzione che altrimenti sarebbero destinati a rifiuto, dunque il prodotto finale, oltre che buono per la salute del collo, si può qualificare anche come buono per l'ambiente, poiché utilizza materiali naturali e insieme ne riusa altri, dandogli nuova vita. Questo speciale cuscino intelligente e sostenibile è il vincitore della Fiera Impresa In Azione 2019 per il Friuli Venezia Giulia. A realizzarlo, l'Istituto tecnico Cecilia Deganutti di Udine, con le classi 4° Drim, 5° A Afm e 5° B sia, assieme alla professoressa Tiziana Tibalt come docente coordinatore e con l'aiuto di un esperto aziendale, che li ha accompagnati in tutto il percorso di costruzione dell'idea e dell'impresa, Raffaele Pizzoferro. I ragazzi hanno colpito la giuria per l'affiatamento e la compattezza del team di studenti-impresori, per completezza del progetto impresoriale, per l'usabilità del prodotto e per le scelte di commercializzazione. Un prodotto che è anche legato al territorio, poiché la lana di legno utilizzata è fornita da un'azienda locale. È stata scelta come materiale innovativo, perché ha la capacità di adattarsi alla forma desiderata, garantendo freschezza e comodità all'interno del cuscino. La modalità di commercializzazione e distribuzione di Life Pillow studiata dai ragazzi prevede prevalentemente l'e-commerce, al momento con consegna a domicilio nei paesi indicati sul sito web, oppure il ritiro diretto nella sede dell'Its "C. Deganutti".



FORMAZIONE INVESTIRE IN PROFESSIONALITÀ

PORDENONE-UDINE
www.pnud.camcom.it
PEC: cciaa@pec.pnud.camcom.it

Ci trovi a PORDENONE
Azienda Speciale ConCentro
tel. 0434 381602
formazione@pn.camcom.it
www.pn.camcom.it

UDINE
Azienda Speciale I.TER
tel. 0432 273245
ricercaformazione@ud.camcom.it
www.ud.camcom.it
facebook: @cciaaudformazione

ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER!

UDINE

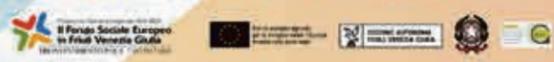
CORSI COMMERCIALI

COST ANALYSIS PER IL MIGLIORAMENTO DELLA PERFORMANCE	Docente: Donatella Minen	Data: 04 giugno 2019	Durata: 4 ore	Costo: 75 €
CHE COS'È E A COSA SERVE IL BUSINESS PLAN	Docente: Donatella Minen	Data: 10 e 17 giugno 2019	Durata: 8 ore	Costo: 110 €

CORSI FINANZIATI

TECNICHE INNOVATIVE IN AGRICOLTURA BIOLOGICA: L'ORTICOLTURA	Docente: ---	Data: giugno 2019	Durata: 24 ore	Costo: gratuito per gli aventi diritto
--	--------------	-------------------	----------------	--

CORSI PERSONALIZZATI (cofinanziati dalla Regione Autonoma FVG nell'ambito del POR del FSE 2014/2020)
Sei un'azienda alla ricerca di specifiche figure professionali da inserire nel tuo organico?
L'Azienda Speciale I.TER ti aiuterà a individuarle e formarle



CORSI GRATUITI

SOCIAL MEDIA STRATEGIES & CONTENT CREATION - Sfruttare il marketing conversazionale per conquistare il mercato globale	Docente: ---	Data: 03-04 giugno 2019	Durata: 16 ore
AZIENDA E STRATEGIA APERTA ALL'INNOVAZIONE	Docente: ---	Data: 13 giugno 2019	Durata: 8 ore

PORDENONE

IPSIA GIACOMO CECONI UDINE SUNFLOWER CECONI IMPRESA JA



Proprio come un girasole, i pannelli solari ideati dai ragazzi del Ceconi presentano diversi vantaggi rispetto ai normali sistemi. Utilizzano un unico motore anziché due, garantiscono per tutto il giorno l'angolo di incidenza dei raggi solari maggiormente favorevole per un massimo rendimento, consentono il montaggio su un tetto piano o su di una falda del tetto orientata a sud oppure ancora su di un telaio tipo tettoia. Il sistema Sunflower consente una più facile integrazione architettonica negli edifici, garantisce maggiore robustezza meccanica e ha un costo di acquisto, installazione e manutenzione minore rispetto ai sistemi tradizionali. **(Docente tutor prof. Giorgio Marea; Dream Coach Stefano Ritella)**

ITSE CECILIA DEGANUTTI E-BARSIA DI E-SERVICE.JA



e-BarSia offre uno speciale servizio bar nelle scuole sprovviste, tramite un'app (o tramite sito www.ebarsia.com) che funziona da hub, in cui gli esercenti aderenti possono caricare i loro "menù" proposti per la ricreazione e gli studenti possono ordinare i prodotti preferiti. Per le aziende il vantaggio è poter preparare i prodotti in anticipo e senza sprechi. Lo sguardo all'ambiente è garantito dalla linea di packaging personalizzato, con materiali riciclabili e plastic-free. Gli studenti, una volta fatto l'ordine (e pagato tramite app), possono ritirare la merenda tramite i Quick Delivery Wall e-BarSia, armadi intelligenti installati negli istituti. **(Docente coordinatore Sara Cosmar; Dream Coach Simone Balzano)**

ITSE CECILIA DEGANUTTI ZERBI DI EDP.JA (EROI DEL PULITO)



"Dove c'è Zerbi, c'è casa... pulita!" è il payoff dell'azienda EDP Ja ideata dagli studenti del Deganutti, azienda che produce il prototipo Zerbi, una pulitrice per suole automatica a pressione e a uso domestico. È una sorta di 'tappeto' meccanico, che permette di pulirsi le scarpe azionando una spazzola rotante, e allo stesso tempo aspirare i residui. Zerbi usa materiali di recupero ed è adatto alle possibilità di tutti. L'azienda EDP, si basa sulla creazione di idee rivoluzionarie nel campo dell'igiene della casa, favorendo il benessere agli utilizzatori; inoltre, vuol garantire l'ecosostenibilità, utilizzando prodotti di riciclo. **(Docente coordinatore: prof.ssa Marzia Bergo; Esperto d'azienda: Pier Luigi Mattiussi)**

EDUCANDATO "COLLEGIO UCCELLIS" ECO.JA PER MYBOTTLEJA



L'impresa ha realizzato MyBottle Ja, borraccia in vetro interamente riciclato, 100% ecosostenibile e comprensiva di rivestimento in ecopelle policromatica. Ogni borraccia è accompagnata da una breve ricerca sui benefici dell'acqua, sugli effetti positivi che l'ecosostenibilità ha sull'ambiente e su quanto, invece, sia nocivo e inquinante l'uso della plastica. Data la fragilità del materiale è stato pensato il rivestimento, realizzato a partire dagli scarti di produzione di mobili dall'azienda fornitrice "Midj". Nella parte inferiore del rivestimento è stato inciso il logo dell'impresa. Le borracce sono sigillate con un tappo in alluminio dorato. **(Dream coach: Valentina Cancellier; Docente Coordinatore: Angela Napolitano)**

ITSE CECILIA DEGANUTTI MAP LAB JA



È un laboratorio di mappe tematiche con la mission di valorizzare il territorio e creare un network virtuoso tra aziende locali e il settore turistico. Le aziende aderenti a questa prima esperienza sono le Distillerie Nonino, il Prosciutto cotto Masè, La Tunella, Birra Gjulja, Prosciuttificio Wolf, Prosciuttificio Bagatto, Dorbolò Gubane e Agriturismo Alturis. Aziende che concederanno uno sconto ai visitatori che si presenteranno con la mappa ideata dagli studenti. I quali dall'idea sono poi passati alla pratica e dunque al primo prototipo della mappa agroalimentare, perfezionata da un grafico professionista e stampata in tipografia. **(Dream coach: dott. Fabio Micoli; Docente coordinatore: Mariagrazia Palmiero)**

ITSE CECILIA DEGANUTTI REMEMBERMA.JA PER MEMORYALL



L'idea è nata da una studentessa: andando a trovare la nonna, ha notato la presenza di molti medicinali e si è posta il problema della sicurezza nell'assunzione. Il gruppo ha quindi progettato un particolare portapillole. MemoryAll, in materiale plastico, ha una base con alloggiati i componenti elettronici e all'esterno un display. Sulla parte superiore, un cilindro suddiviso in scomparti contiene le compresse. All'ora stabilita lo scomparto con il medicinale da assumere ruota verso uno sportello, che aprendosi automaticamente permette l'assunzione del farmaco. Il dispositivo emette un segnale sonoro e luminoso. **(Docente coordinatore: Prof.ssa Elena Del Priore; Esperto d'azienda: Dott. Maria Giovanna Paulitti)**

LICEO SCIENTIFICO "PAOLO DIACONO" FAENUM FAENILE JA



Due linee di prodotto, per promuovere il benessere, valorizzando il territorio, tramite un estratto rilassante di fieno. La prima linea utilizza una pietra pomice in un sacchetto di organza, la seconda un poggiatesta formato da un'imbottitura di fieno e rivestito da strati di organza e cotone. Gli studenti hanno esplorato le Valli del Natiosone alla ricerca delle materie prime e conosciuto i produttori; sono poi entrati in contatto con realtà commerciali del territorio disponibili a commerciare i prodotti. L'estratto di fieno è stato ottenuto tramite macerazione, senza processi chimici ed è stato confezionato in boccettine da 10 ml da abbinare ai due prodotti. **(Esperto Tommaso Musuruana; Docenti referenti: Luisa Gallizia, Venusia Stocco, Maria Cristina Tonchia, Luigi Bruni)**

IIS "IL TAGLIAMENTO" SPILIMBERGO DIAMANTE JA



Diamante JA, ideata nella forma di società cooperativa di comunicazione marketing, eroga servizi che garantiscono pubblicità tramite Instagram a eventi per promuovere lo spirito di gruppo, la socializzazione e il sentirsi parte di una comunità, nel rispetto della natura, dell'ambiente e dei diritti umani. Diamante JA alla fine delle attività monitora il suo operato servendosi di indicatori di qualità: come numero di follower (soglia minima 1.000) ed esiti del questionario di gradimento somministrato agli utenti. **(Docente coordinatore: Valeria Laura Valleriani)**

ITE MARCHESINI - ISIS ESC JA



Esc offre consulenza strategica per supportare le pmi e le start-up del pordenonese e del trevigiano nei processi di innovazione e progettazione di nuovo business. L'idea parte da un'analisi che ha portato gli studenti a capire che le piccole imprese sono consapevoli della necessità di innovare, ma spesso non possiedono metodologia o professionalità per analizzare il proprio modello di business e individuare cambiamenti utili. La consulenza di Esc utilizza il Business Design in quattro fasi: mappatura; analisi; formulazione; implementazione, quest'ultima con la redazione del piano strategico e linee guida per il raggiungimento degli obiettivi. **(Dream Coach: Dr. Fabrizio Rondo; Docente coordinatore: prof.ssa Laura Peruch; Docente associato: prof.ssa Denise Coloricchio)**

INTERPORTO DI PORDENONE

TAGLIO DEL NASTRO PER IL TERMINAL FERROVIARIO



Sarà inaugurato il 30 maggio alle 17.30 il Terminal Ferroviario Intermodale Odorico da Pordenone, nuovo servizio a disposizione delle imprese ubicato in Interporto Centro Ingresso - società di cui CCIAA Pn-Ud è azionista di maggioranza - pedina fondamentale nell'evoluzione della logistica non solo della Destra Tagliamento ma dell'intero Nordest.

La messa in servizio della infrastruttura permetterà lo sviluppo del traffico sia con i porti del nord Tirreno sia con le nazioni del settentrione d'Europa e dell'Est. Si tratta di uno dei più moderni e funzionali impianti in Italia con caratteristiche a standard europeo che permetterà di trasferire dalla strada all'intermodale fino a 180 mila trasporti all'anno.

Alla cerimonia, una vera e propria festa, saranno presenti, tra gli altri, il Governatore del FVG, **Massimiliano Fedriga** e l'assessore regionale alle Attività Produttive e Turismo, **Sergio Bini**, **Maurizio Gentile**, amministratore delegato di Rete Ferroviaria Italiana, i Presidenti di Cciao Pn-Udine e Unindustria Pordenone, **Giovanni Da Pozzo** e **Michelangelo Agrusti**, il sindaco della città, **Alessandro Ciriani**, il padrone di casa, **Silvano Pascolo** e l'amministratore delegato della stessa società, **Giuseppe Bortolussi**.

Il tema delle infrastrutture è permanente tra gli argomenti all'ordine del giorno delle categorie economiche pordenonesi. Le opportunità di sviluppo, a Pordenone e nell'intero Friuli Venezia Giulia, si giocano infatti anche sui vantaggi che l'infrastruttura tradizionale - accanto alla silenziosa evoluzione delle dorsali digitali - saprà garantire alla filiera corta della cantieristica navale, concetti più volte ribaditi sia da Da Pozzo, sia dal Vice Presidente camerale, **Giovanni Pavan**. Conditio sine qua non è la realizzazione di un adeguato sviluppo infrastrutturale che coniughi la crescita della portualità dell'Alto Adriatico con le esigenze di efficientamento della catena logistica dell'ampio retro-porto manifatturiero e le opportunità di collegamento coi grandi corridoi internazionali.

enterprise
europe
network

SELL OR BUY
maggio 2019



L'Europa alla portata della vostra impresa.

Proposte di collaborazione pervenute al punto Enterprise Europe Network - Consorzio Friend Europe direttamente da aziende estere oppure attraverso le reti ufficiali create dalla Commissione Europea, dalla banca dati POD - Partnering Opportunity Database della DG Imprese e Industria. Per una completa consultazione si rimanda alla pagina del sito www.ud.camcom.it, sezione Enterprise Europe Network.

REGNO UNITO: Azienda commerciale cerca fornitori del settore Food & Beverage interessati ad accordi di agenzia commerciale. L'azienda è particolarmente interessata a prodotti freschi, come pasta, farina di frumento, farina di semola, salse, formaggio, olio d'oliva, cibo gourmet, carne, pesce e prodotti surgelati. (Rif. BRUK20190115001 - Mag.19)

ROMANIA: Azienda specializzata nell'installazione di pergole in legno, in vetro, in alluminio, fisse o modulari per edifici (residenziali e non residenziali) e alla ricerca di nuovi produttori o distributori internazionali. (Rif. BRRO20190401001 - Mag.19)

POLONIA: Azienda offre la propria produzione di case mobili (chiavi in mano) a distributori/agenti per ampliare la rete di vendita. (Rif. BOPL20190425002 - Mag.19)

- Società specializzata nella produzione di borse promozionali di alta qualità (in carta, in tessuto e in polipropilene) desidera ampliare il proprio portfolio clienti tramite agenti commerciali e/o distributori. (Rif. BOPL20190506001 - Mag.19)

PORTOGALLO: Dall'isola di Madeira agenzia di viaggi offre una vasta gamma di servizi attraverso programmi di viaggio, alloggi, conferenze e attività all'aperto a tour operator interessati ad accordi di agenzia commerciale. (Rif. BOPT20170929001 - Mag.19)

EEEN.EC.EUROPA.EU



Non ci si assume alcuna responsabilità per le informazioni incomplete e/o inesatte contenute nel presente documento, né sull'affidabilità delle aziende inserzioniste. Ulteriori informazioni e opportunità complete:

Per le imprese della provincia di Pordenone: Azienda Speciale Concorso
tel. +39 0434 381250-653 - internazionalizzazione@pn.camcom.it
www.pn.camcom.it, sezione Enterprise Europe Network

Per le imprese della provincia di Udine: Azienda Speciale I.TER
tel. +39 0432 273531-537 - progetti.info@ud.camcom.it
www.ud.camcom.it, sezione Enterprise Europe Network.

L'INCONTRO UFFICIALE



NUOVO QUESTORE IN VISITA ALLA CCIAA

Il presidente della Camera di Commercio di Pordenone-Udine, **Giovanni Da Pozzo**, ha accolto negli uffici di piazza Venerio il nuovo questore di Udine **Manuela De Bernardin**. Nel primo incontro ufficiale, Da Pozzo ha evidenziato la massima disponibilità della Camera di commercio alla collaborazione interistituzionale, confermando gli ottimi rapporti già instaurati anche in passato con le forze di polizia e la Questura e concentrando l'attenzione ovviamente sul mondo produttivo delle imprese, e sulla necessità che esse hanno di operare in un sistema corretto e sicuro.

MASSIMA DISPONIBILITÀ ALLA COLLABORAZIONE INTERISTITUZIONALE VOLTA ALLA NECESSITÀ DI OPERARE IN UN SISTEMA CORRETTO E SICURO

Manuela De Bernardin, bellunese d'origine, dopo la laurea in giurisprudenza, ha cominciato la sua carriera nella polizia nel 1988. Ha operato alla Questura di Belluno, ma anche a Cortina d'Ampezzo, Pordenone e Mestre.



Da Pozzo con Manuela De Bernardin

PER LE IMPRESE DI PORDENONE E UDINE

BANDO PROTEZIONE CIVILE - RISTORO DANNI ALLE IMPRESE (MALTEMPO OTTOBRE 2018)

Scadenza: 05 giugno 2019

ESERCIZIO ATTIVITÀ IMPRESE RICETTIVE

Non più necessari i requisiti professionali (LR 29/4/2019 n. 6, in vigore dal 1° maggio 2019)

"INNEXTA - CONSORZIO CAMERALE CREDITO E FINANZA" E "FINTECH DIGITAL INDEX"

Servizi e strumenti tecnologici orientati alla finanza per l'impresa

VOUCHER DIGITALI I4.0 PER LE PMI - BANDO 2019

Scadenza: ore 21:00 del 15 luglio 2019

TOKEN DNA

Richiedi il nuovo strumento per la tua impresa!

INDICI FOI SENZA TABACCHI - DIFFUSIONE 14 GIUGNO (DOPO LE ORE 13:00)

... e inoltre su WWW.PN.CAMCOM.IT

PORDENONewithLOVE - MAGRAID CORRENDO NELLA STEPPA - 12° EDIZIONE - 15 GIUGNO

... e inoltre su WWW.UD.CAMCOM.IT

ESAME DI IDONEITÀ PER L'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ DI AGENTE D'AFFARI IN MEDIAZIONE

LE IMPRESE DEVONO RIVOLGERSI AGLI UFFICI CAMERALI DELLE SEDI TERRITORIALMENTE COMPETENTI

NEWS CCIAA

PORDENONE-UDINE

www.pnud.camcom.it

PEC: cciaa@pec.pnud.camcom.it

Ci trovi a

PORDENONE - Corso Vittorio Emanuele II, 47

Centralino 0434 3811

mail: urp@pn.camcom.it

UDINE - Via Morpurgo, 4

Centralino 0432 273111

mail: urp@ud.camcom.it

Vuoi ricevere notizie su eventi, nuove iniziative, adempimenti, contributi, progetti della Camera di commercio?

ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER!

