



IL RACCONTO DELL'EDIZIONE 2024 DEL FORUM GEOPOLITICO DA PAG. 2 A PAG. 5

LA RESILIENZA DEL LEGNO E ARREDO

Pag. 6



NEGOZI DI VICINATO, VALORE AGGIUNTO

Pag. 8



GIRO DI VITE SU CAPORALATO E LAVORO NERO

Pag. 15



A NOVEMBRE CI SARÀ UNA SORPRESA

EVENTI SOLD OUT: TUTTI I NUMERI DEL SUCCESSO

PIÙ DI 600 PRESENZE E OLTRE 1500 VISUALIZZAZIONI IN STREAMING.

DA POZZO: «IL FUTURO SI GIOCA SU SCENARI AMPI».

AGRUSTI: «SÌ ALLA CULTURA DELLA GEOPOLITICA»

» LISA ZANCANER

Più di 600 presenze con tutti gli appuntamenti sold out, oltre 1.500 visualizzazioni del live streaming e una quarantina di relatori nazionali e internazionali sotto l'esperta direzione scientifica del famoso giornalista e saggista **Federico Rampini**. Sono alcuni dei numeri che confermano il grande successo della seconda edizione di Open Dialogues for the Future, il forum voluto e organizzato dalla Camera di Commercio Pordenone-Udine con la collaborazione di The European House – Ambrosetti e che quest'anno è stato ospitato su 4 sedi: la Sala Valduga all'interno dell'ente camerale, la sede della Fondazione Friuli, il Salone del Parlamento del Castello e la Chiesa di San Francesco, grazie al sostegno della Regione Fvg, del Comune di Udine e della Fondazione Friuli, con il patrocinio di Ministero delle imprese e made in Italy e Unioncamere. È stata una due giorni, tra il 7 e l'8 marzo, intensa e ampiamente partecipata da un'ampia e interessata platea. «Come seconda edizione sono molto soddisfatto per il grande successo di Open Dialogues, riconosciuto dalla grande partecipazione e dall'altissima qualità dei temi di grande attualità, trattati da interlocutori estremamente importanti» commenta il presidente della Camera di Commercio Pordenone-Udine, **Da Pozzo**.



Il Presidente della Camera di Commercio Pordenone-Udine, Giovanni Da Pozzo

mamente preparato su questi temi». Temi che hanno attirato l'attenzione anche di molti giovani, nonostante la complessità degli argomenti trattati: «I giovani – commenta Da Pozzo – hanno capito che il futuro non si gioca nel piccolo, ma su scenari più ampi». Tra i numerosi temi trattati, infatti, si è dato spazio per approfondire le dinamiche che stanno creando i due grandi conflitti, quello tra Russia e Ucraina a quello in Medio Oriente. Ma si è discusso anche delle politiche economiche delle grandi potenze come Stati Uniti e Cina, dei paesi europei, fino ai mercati dei gradi Paesi emergenti come l'India e il Brasile. E proprio ai giovani è stato dedicato il dibattito conclusivo, incentrato sui cambiamenti del mondo del lavoro e delle professioni, in un contesto dove tutto cambia rapidamente, soprattutto le tecnologie. Intanto già si mettono i ferri in acqua per la terza edizione, quella del 2025, cui si è iniziato a lavorare. Ma una novità è prevista prima del prossimo anno, «a novembre – svela Da Pozzo – ci sarà una sorpresa, ma per ora non intendo anticipare nulla». Bisognerà attendere, dunque, per scoprire cosa riservano gli organizzatori in vista dell'edizione numero 3. In attesa delle sorprese, a esprimere soddisfazione per questa seconda edizione è anche il presidente di Confindustria Alto Adriatico, **Michelangelo Agrusti**: «Open Dialogues è la dimostrazione di un sistema camerale intelligente che s'impegna a descrivere gli scenari del mondo che sarà, dentro cui si disegna la nuova economia – dice in riferimento all'intuizione della Cciao a organizzare l'evento - È un bene che le Camere di commercio creino questa cultura della geopolitica, dove si determineranno nuove chance per le imprese e questi incontri servono proprio a capire tutto questo». Agrusti conferma il successo di questa edizione e sull'elevata partecipazione plaude l'idea di diverse location «capaci di raccogliere più persone, compresi tanti giovani che sono i più interessati a comprendere il mondo che cambia». Nessuna anticipazione, nemmeno da parte sua, sulla novità di novembre: «Ci stiamo lavorando – assicura – è una novità bella e importante».



Si chiude dunque con un bilancio più che positivo questa seconda edizione «che – sottolinea Da Pozzo – è andata oltre le aspettative, con un format azzeccato nei vari punti della città». A premiare l'evento, infatti, quest'anno è stata anche la scelta di dislocare il calendario degli appuntamenti su diverse sedi nel cuore di Udine. «Sono stati affrontati i temi dell'oggi e del nostro futuro – prosegue il presidente – sia come economia sia come realtà di cambiamenti geopolitici a livello planetario e questo grazie anche alla presenza di Federico Rampini in qualità di direttore scientifico che è estre-

 IL DIRETTORE SCIENTIFICO
FEDERICO RAMPINI

«IL FVG HA NEL DNA L'INVESTIMENTO ESTERO»

Anche l'edizione 2024 di Open Dialogues si è chiusa con l'annuncio di una successiva, per il 2025, tanto è stata nutrita e calorosa la partecipazione. Magari – Rampini ha lanciato l'idea dal palco dell'incontro conclusivo –, «aggiungendo nuovi focus a quelli introdotti quest'anno sugli Stati Uniti, la Cina e la Germania, prendendo ispirazione dai tanti rivoli che le conversazioni dei nostri panel hanno introdotto, come l'Arabia e gli Emirati, il Brasile o l'India. Udine si è confermata il luogo giusto per parlare di questi temi – le parole del giornalista e saggista, direttore scientifico della manifestazione camerale –. Il Fvg ha nel suo dna l'investimento estero, l'internazionalizzazione. Siete abituati a confrontarvi con frontiere mobili e con sfide che vengono da lontanissimo», ha evidenziato, ripercorrendo i grandi temi trattati in questa edizione e in particolare quegli Stati Uniti che sono oggi la sua casa, «dove, se la politica è in mano a due ottuagenari, l'economia è giovane e corre». Rampini ha guidato l'intera due-giorni, riservandosi una seguitissima lectio magistralis proprio sul tema Usa. «Il vuoto in geopolitica, come in geofisica, non è tollerato», ha detto aprendo il suo intervento. E se la tendenza degli Stati Uniti sarà quella di «ritirarsi» progressivamente dallo storico ruolo di riferimento in molte aree del mondo, dobbiamo essere consapevoli, in Italia e in Europa, che quel vuoto andrà colmato da qualcun altro. Questa è la grande carta, con ancora molti punti interrogativi, che l'area europea dovrà sapersi giocare nel prossimo futuro, ha aggiunto Rampini che, spostandosi sul piano della politica interna americana, ha sottolineato il paradosso, «quello di un'economia che scoppia di salute, ma con una società malata e un sistema politico ai limiti della patologia grave». Il giornalista ha evidenziato la preoccupazione crescente per una spesa militare immensa per riuscire a mantenere equilibri geopolitici in molte aree cruciali del mondo, così come il rapido allontanamento dei giovani dall'impegno militare. «Nella nuova generazione – ha detto –, da un lato servire la patria in divisa è considerato una cosa folle o fascista, dall'altro la cultura woke, prescritta anche nelle forze armate statunitensi, sta allontanando i giovani di cultura conservatrice tipicamente più predisposti ad avvicinarsi a questa professione». Rampini ha invitato infine a considerare che una eventuale rielezione di Biden «non sconfiggerà il rischio isolazionismo dell'America. Perché oggi c'è anche un isolazionismo di sinistra potentissimo, egemone nelle università americane». (m.b.)



IL SOSTEGNO DI REGIONE, COMUNE DI UDINE E FONDAZIONE FRIULI

«IL DIALOGO DÀ RISPOSTE E APRE AL FUTURO»

COMMENTI POSITIVI DAI PARTNER DELL'INIZIATIVA. «DETERMINANTE ANALIZZARE LE PROSPETTIVE ECONOMICHE PER AIUTARE IMPRESE E GIOVANI»

«Gli incontri di Open Dialogues for the Future si sono dimostrati l'occasione giusta per capire le sfide di oggi e per costruire risposte a interrogativi nuovi che riguardano il nostro presente e, in maniera particolare, il nostro futuro». È questo il commento a consuntivo del sindaco di Udine, **Alberto De Toni**. «L'innovazione nasce, del resto, in periferia, dove c'è più libertà di pensiero e di azione, dove c'è confluenza di culture e, con essa, fusione di saperi e di prospettive. Per Udine è stato un privilegio ospitare questo appuntamento – prosegue – "Open", "Dialogues" e "Future" sono tre parole chiave che rimandano ad altrettanti concetti fondamentali: l'apertura, ciò che è aperto assorbe e si evolve, ciò che si chiude è destinato a morire su se stesso; il dialogo, essenziale perché connette le persone e perché non appiattisce sul presente ma spinge verso il futuro. Il futuro, infine, è tutto il tempo che ci rimane da vivere, la nostra più impellente responsabilità e ciò che consegneremo alle generazioni che verranno».

Commenti positivi arrivano a che dal presidente della Fondazione

Friuli, **Giuseppe Morandini**: «Questa seconda edizione è riuscita a creare e a consolidare un grande patrimonio di relazioni al servizio di una regione, come la nostra, fortemente proiettata nel mondo sia sotto l'aspetto economico sia sotto quello culturale – sostiene - Con entusiasmo abbiamo voluto confermare il sostegno all'iniziativa, anche ospitandolo nei nuovi spazi di Palazzo Antonini-Stringher. È stato così possibile proporre un'analisi ordinata e ragionata di uno scenario mondiale complesso, per non dire caotico. Ed è di fondamentale importanza per tutti, dalle imprese ai giovani, avere a disposizione mappa e bussola per il proprio lavoro quotidiano. Posso dire – conclude - che abbiamo passato il turno e ci siamo qualificati in Champions per la terza volta».

Sull'importanza dell'evento interviene anche l'assessore regionale alle attività produttive, **Sergio Bini** che ritiene questi appuntamenti «fondamentali per aiutarci a far luce sul delicato momento storico che stiamo attraversando e che ha visto venire meno molti di quei paradigmi che in passato davamo per scontati, dalla fine



In prima fila l'assessore regionale alle attività produttive, Sergio Bini, il sindaco di Udine Alberto De Toni e il presidente della Fondazione Friuli Giuseppe Morandini

della globalizzazione ai nuovi conflitti in corso in Ucraina e Medio Oriente. In questo contesto si inseriscono anche le imminenti elezioni europee, che vedono il nostro continente - ma anche il Paese Italia - chiamato a riscrivere le regole del gioco se da qui ai prossimi anni vuole evitare il rischio di diventare marginale. Per la Regione è strategico analizzare le prospettive economiche e geopolitiche, rafforzare la proiezione internazionale delle imprese e mettere in campo misure innovative per attrarre nuovi investimenti. Non dimentichiamo – sottolinea - che proprio per la sua vocazione geopolitica il Fvg è in grado di attrarre le PMI tra le più sviluppate del paese. Affermare oggi che Udine e il Fvg sono il centro di riferimento per i grandi temi della geopolitica e dell'economia mondiale non è più un auspicio, ma una realtà». (L.Z.)

GLI INCONTRI DELLA PRIMA GIORNATA

IL VECCHIO CONTINENTE DEVE RITROVARE UNITÀ

DI FRONTE ALLE DIFFICOLTÀ, L'EUROPA NON SEMPRE HA DIMOSTRATO COMPATTEZZA. MANCA UNA POLITICA ECONOMICA ARMONICA E VISIONE INDUSTRIALE E TECNOLOGICA

» DOMENICO PECILE

Ambizioso. Legittimamente. Oltre che di strettissima attualità. L'Open Dialogues for the Future 2024 è un evento di primissimo piano su geopolitica e geoeconomia e che, come ha sottolineato il presidente della Camera di commercio Pordenone-Udine, Giovanni Da Pozzo, rappresenta la naturale prosecuzione del percorso Friuli Future Forum con cui l'ente camerale si è concentrato sugli scenari futuri fin dal 2019. E la presenza di grandi protagonisti al primo panel - **Arduino Paniccia** (Asce), **Germano Dottori** (Limes), **Serena Giusti** (Ispi e Sant'Anna Sssa), **Florence Gaub** (Nato Defense College) e **Hongda Fan** (University of California) - è la testimonianza dello spessore della due giorni che ha avuto l'ambizione di scandagliare le grandi questioni internazionali.

L'ITALIA HA LA CAPACITÀ DI FARE DA PONTE VERSO UN MONDO MEDITERRANEO CHE È TORNATO CENTRALE

A dare la stura all'attuale congiuntura è stata l'invasione russa dell'Ucraina che ha generato quella che Serena Giusti ha definito una guerra trasformativa, sia sotto il profilo dei mezzi bellici (uso di droni e della disinformazione) che degli scambi economici. Basti pensare - ha precisato - che l'Europa è stata costretta a rivedere i piani strategici in termini di approvvigionamento energetico. Scenari complessi con due principali teatri di guerra che sembrano schiacciare l'Europa e in cui la crisi energetica e le tensioni sociali sono soltanto alcune delle questioni cui il Vecchio continente è



chiamato a dare risposte. Sì, negli ultimi decenni la situazione non è mai stata così complessa. L'Europa - come è emerso nella prima sessione - ha pure dato prove di compattezza come sulle sanzioni alla Russia, ma rimane ancora disunita su molte partite e necessita per questo di una politica economica armonica, che non sia soltanto eccesso regolatorio, ma sia visione industriale, dell'occupazione e sociale. Insomma, è anche un'Europa che deve recuperare il gap tecnologico con gli Stati Uniti, specie sulla partita dell'intelligenza artificiale, e in cui ogni Paese può agire assieme agli altri, non in modo dissonante, ma ciascuno come le sue specificità.

L'Italia, come ha precisato Paniccia, ha una proiezione navale come nessun altro e ha la capacità di fare da ponte verso un mondo mediterraneo che, dopo anni di politiche proiettate al Nord Europa, è tornato centrale. Ma l'Europa è chiamata anche a un ruolo più disinvolto, determinato. E non più - sempre citando Paniccia - a

rimorchio degli Usa. Le grandi partite in atto, dalle relazioni Cina-Russia al canale di Suez e all'Iran impongono un impegno corale europeo per fare in modo che la Germania non imploda (tema centrale e specifico, questo, affrontato in un'altra sessione).

L'evento, organizzato dalla Cciaa Pordenone-Udine in collaborazione con The European House-Ambrosetti, coordinato dal giornalista **Federico Rampini**, ha avuto il sostegno della Regione, del Comune di Udine e della Fondazione Friuli, il patrocinio del Ministero delle imprese e made in Italy Unioncamere. Per il presidente **Da Pozzo** discutere di temi di così stretta attualità conferma una volta di più la centralità della nostra regione «con propensione a un ruolo centrale e importante nello scenario europeo e globale». Tema questo ripreso anche dal governatore Massimiliano Fedriga secondo cui i grandi blocchi oggi «non trovano più quell'osmosi di mercato che si era consolidata negli anni precedenti». Da parte sua (presente anche il sindaco di Udine **Alberto Felice De Toni**) l'assessore regionale alle attività produttive **Sergio Emidio Bini** ha sottolineato tra l'altro che il Fvg è una regione particolarmente frizzante e votata all'export che sta soffrendo la complessità del momento.

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:

Altrementi ADV / Udine

Stampa:

Finegil Editoriale Spa Divisione Nord-Est

Fotoservizi:

Foto immagini di Gianpaolo Scognamiglio

Archivio:

C.C.I.A.A. - Diego Petrusi Foto

GLI INTERVENTI

«UNO DEI PERICOLI È LA LONTANANZA DEI GIOVANI DALL'EUROPA»

GLI OSPITI HANNO ANCHE SOTTOLINEATO LE DIFFICOLTÀ SULL'ASSE ADRIATICO E DELLA GERMANIA E LA CRISI DI UN SISTEMA INTERNAZIONALE CHE NON SA AUTOGOVERNARSI

Il quadro geopolitico è complesso, con scenari nuovi e inquietanti. **Arduino Paniccia** non ha dubbi: «L'attacco di Hamas è avvenuto alle soglie dell'Europa, ma fuori dall'ambito Ue. E la cosa è sospetta». Senza contare, insiste, «che ha messo in crisi ulteriormente gli interscambi commerciali. E bene ha fatto il nostro governo ad affidarsi alla marina. Inoltre, la turbolenza politica negli Usa si ripercuote sul fronte ucraino con effetti negativi per la difesa di quel Paese».

«Se dovesse continuare la linea dei repubblicani di stoppare ogni aiuto all'Ucraina le conseguenze sarebbero gravi». Già, che fare? Paniccia suggerisce che l'Europa non debba restare appesa soltanto alle decisioni americane, ma individuare una propria linea per trovare soluzioni valide e percorribili. Insomma, «dobbiamo cambiare strategia», anche perché - ammette Paniccia - «la Nato non mi convince più». E visto che - spiega - con il nuovo fronte di guerra è stato colpito tutto l'asse Adriatico e la Germania «dobbiamo fare in modo - esorta - che i nostri partner veri, i tedeschi non subiscano pesantemente questa crisi. L'Europa - insiste - può fare molto, ma è necessario capire la complessità dei nuovi scenari anche di guerra e del ruolo dell'Iran nel sostegno ad Hamas e agli Houthis, i cui attacchi mettono in difficoltà l'America perché lì la Nato non può intervenire».

Secondo **Germano Dottori** (Limes) stiamo assistendo a un crescendo della conflittualità bellica figlia della crisi del sistema internazionale che non sa autogovernarsi. Dottori spiega che durante la guerra fredda c'era una paradossale situazione di



Germano Dottori (Limes) e Arduino Paniccia (Asce)

equilibrio. Poi, una delle due super potenze è sparita ed è rimasta l'America. E da allora, l'America ha palesato i suoi limiti che la stanno portando progressivamente a una fase «che definirei di ripiegamento». L'opinione pubblica degli States - approfondisce Dottori - non vuole che l'America continui a fare il poliziotto mondiale perché prima andrebbero risolti i problemi interni. «Ricordo - aggiunge - che durante un dibattito su questi problemi con un gruppo di studenti, una ragazza mi disse di non avere mai visto l'America vincere una guerra». Per Dottori questo è vero, com'è vero che ci sono meno Stati Uniti d'America e che manca una governance mondiale. Insomma, è una fase molto fluida che sta tentando di ritrovare un nuovo ordine mondiale. «Ma bisogna che tutti, Italia compresa abbiano le idee chiare». «Ho la sensazione - conclude - che in Italia soltanto la Difesa abbia contezza di quanto sta accadendo». E in attesa del nuovo ordine, in tutti i Paesi - sottolinea **Serena Giusti** (Ispi e Sant'Anna Sssa) - le spese militari mondiali stanno crescendo. E a ciò si aggiungono due nuovi pericoli: l'allontanamento delle opinioni pubbliche dai rispettivi governi, sia democrazie sia autocrazie, e la lontananza dei giovani rispetto all'Europa. «I giovani - precisa - non si impegnano perché non si sentono rappresentati in alcune priorità come quella ambientale». Un messaggio di speranza è arrivato da **Florence Gaub** (Nato Defense College) secondo cui va fermato il pessimismo. Non fosse altro perché «i Paesi democratici ora sono molti di più rispetto a rispetto a 30 anni fa».

(d.p.)

LO SGUARDO ALLA GEOECONOMIA E GEOPOLITICA

FVG PIATTAFORMA PER POLITICHE DI FRIENDSHORING

SERVE UN CAMBIO DI PROSPETTIVE. NELLA NOSTRA REGIONE POSSONO ESSERE RILOCALIZZATE INDUSTRIE CHE SI ERANO SPOSTATE VERSO PAESI DI CUI ORA CI FIDIAMO UN PO' DI MENO

» DOMENICO PECILE

La preoccupazione sul futuro della Germania e dei rapporti con l'Italia era emersa nella prima sessione dei lavori, quando **Arduino Paniccia** era stato esplicito nell'affermare «speriamo che la Germania non imploda». Tema caldissimo, questo, per il futuro dell'Europa, per il nostro Paese, ma anche e forse soprattutto per una regione come il Friuli Venezia Giulia. Il panel, quello dedicato alla Germania, che è stato introdotto dal saluto del ministro per i rapporti con il Parlamento, **Luca Ciriani**. Un intervento, il suo, all'insegna della grande preoccupazione per un'Europa che dopo decenni - e mentre dissertava sui problemi legati alla globalizzazione all'improvviso - si ritrova a fare i conti con una guerra di trincea, come nel 1915-18. Ciriani ha anche suggerito di costruire una indipendenza nazionale vera «per metterci al riparo dal pericolo di diventare un Paese a sovranità limitata che dipende da Paesi autocratici e non democratici». Il riferimento era rivolto soprattutto alla Russia e alla questione dell'approvvigionamento del gas. I rapporti con questi Paesi sono tutt'altro che semplici. «Anche perché - ha ammonito il ministro - tutti i Paesi non democratici hanno un vantaggio competitivo quando si tratta di avere rapporti economici e commerciali». «Ecco allora, ha aggiunto - che la domanda è d'obbligo: quali sono gli assetti politici ed economici che vogliamo difendere?». Una parte della risposta l'ha affidata all'annunciata riforma del premierato. E ha spiegato che si l'Italia è un Paese che ha grandissime potenzialità, ma che queste sono state sempre compromesse dall'instabilità istituzionale dovuta a governi che duravano in carica pochissimo tempo. Sì, probabilmente serve un cambio di passo complessivo. Il ministro delle imprese e made in Italy, **Adolfo Urso**, ha inviato un breve messaggio nel quale ha auspicato che il governo diventi stratega per fare in modo che la transizione si trasformi in una grande opportunità per modernizzare il Paese. Lo stesso auspicio «di agire in chiave strategica e non meramente politica» lo ha rivolto anche al mondo dell'impresa. Dunque, servirà un salto di analisi e di prospettiva. **Federico Rampini** ritiene ad esempio che «il Friuli



Il ministro per i rapporti con il Parlamento, Luca Ciriani, ha introdotto il panel dedicato alla Germania

Venezia Giulia può essere, sapendo cogliere questa opportunità, la piattaforma ideale dove rilocalizzare industrie che si erano spostate verso Paesi di cui ora ci fidiamo un po' di meno». Poi stimolato dalla domanda del moderatore dell'incontro, **Luca Piana** (vice direttore Economia del Gruppo Nem), Rampini, affiancato nell'analisi degli scenari economici mondiali da **Nilanjan Ghis** (Observer Research Foundation) e **Atanas Pekanov** (Austrian Institute of Economic Research) si è concentrato - da esperto qual è - sul mercato statunitense e in particolare sul dato positivo dei mercati azionari americani al massimo storico «che ci fanno partire da un dato di ottimismo». Dal canto suo, interrogato sull'Europa, Pekanov ha detto che «il mondo è stato colpito da molti shock. Cina e Stati Uniti stanno intervenendo attivamente nella politica industriale con molti investimenti per la transizione verde e digitale e per avere successo anche noi europei dobbiamo passare dall'impostazione di divieti a finanziamenti da mettere sul tavolo, affinché la transizione abbia successo, anche agli occhi dell'opinione pubblica. Politiche industriali in cui non dobbiamo agire ognuno per sé, ma attraverso politiche comuni».

GLI OSPITI INTERNAZIONALI

«LA COOPERAZIONE ITALO-TEDESCA PUÒ STIMOLARE LA CRESCITA»

IL PUNTO DI DOMANDA È LA FISCALITÀ. «L'ECONOMIA NON PUÒ ESSERE FIORENTE SE CI SONO RESTRIZIONI AL SUO SVILUPPO»



«Le aziende tedesche e italiane devono stringere relazioni più strette». Lo sostiene la ceo di Enit, **Ivana Jelinic**, ripercorrendo le tappe (dall'inizio della guerra in Ucraina) che hanno graffiato l'andamento economico tedesco. Insieme, pare suggerire, devono affrontare le sfide delle trasformazioni in atto soprattutto nel passaggio a un'economia verde e sostenibile. Certo, alcuni indicatori tedeschi (tasso di crescita allo 0,1% inferiore a quello italiano e segnali di recessione) non sono confortanti. Ma Jelinic ne è certa: «La cooperazione stimolerà la crescita, nostra e italiana. L'inflazione sta recedendo, la cooperazione stimolerà la crescita. Italia e Germania rappresentano non soltanto il motore industriale dell'Ue ma di recente, anche in virtù degli accordi tra «Meloni e Scholz, la cooperazione di business è molto più stretta». E sulle ragioni del momento difficile dell'economia tedesca ha cercato di

dare risposte il console della Germania in Italia, **Heiner Flassbeck**, già segretario di Stato alle Finanze. Il quale suggerisce di imitare quanto stanno facendo gli Stati Uniti, vale a dire assumere debito. Ma non lo deve fare - precisa - né il mercato, né le aziende ma il governo. Per il console le politiche monetarie e fiscali sono troppo restrittive e «l'economia non può essere fiorente se ci sono restrizioni al suo sviluppo» e quindi «rischiamo tutti la recessione dovuta, appunto, alle politiche fiscali a mio avviso troppo restrittive». E su questo scenario di incertezza potrebbe piombare l'elezione a presidente degli Usa di Trump, il quale - precisa - chiuderebbe i confini a tutta l'Europa. «Su queste questioni, dunque, è arrivato il momento di dare vita a una discussione aperta, franca». In controtendenza, invece, rispetto a quello di Flassbeck, l'intervento di **Markus Kerber**, ex segretario di Stato agli Interni. Il quale fa voti di ottimismo e invita tutti a guardare il bicchiere mezzo pieno. «Vorrei essere tedesco positivo» esordisce. Anche perché a suo avviso «l'interazione delle due economie, la vostra e quella tedesca, oggi è migliore che mai. E dobbiamo anche ricordare che siamo le due nazioni più importanti, siamo due potenze industriali. Per questo non vedo problemi insormontabili perché, lo ripeto, la collaborazione tra i rispettivi imprenditori è molto buona». Ma attenzione: «Il nostro mercato rimane soprattutto l'Ue che appartiene a tutti gli Stati europei. Abbiamo il merito di poter contare su prodotti specializzati e quindi a livello macroeconomico non vedo problemi». Anche per Kerber la domanda centrale è quale fiscalità vogliamo perseguire. «Dovremmo avere - afferma - capacità comuni di debito e capacità finanziaria. Ma dobbiamo discuterne assieme».

(d.p.)

PAOLO FANTONI E RENATO MASCHERIN

INVESTIRE IN GREEN DEAL E DIGITALIZZAZIONE

Dettagliata, analitica: la disquisizione di **Paolo Fantoni** (ceo dell'omonima azienda) parte dal presupposto che la Germania ha potuto fare investimenti che in Italia abbiamo fatto passare attraverso il Pnrr. E quindi alle imprese è mancato lo stimolo per ripercorrere i percorsi virtuosi degli anni 2014/2015. Ma tra Italia e Germania, spiega, sono i punti che uniscono come «la necessità di investimenti per raccogliere la sfida del green deal e della digitalizzazione per meglio affrontare la competitività internazionale. Ma sarà necessario mettere in campo quantità di risorse che i budget nazionali non consentono di raggiungere». La questione di politica monetaria è, dunque, complessa e prioritaria. «E non credo - precisa - che la maggiore competitività tedesca vada a nostro svantaggio».

«SERVONO ALMENO 1.200 MILIARDI PER CONTRASTARE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO ENTRO IL 2030 INDIRIZZANDO LA LIQUIDITÀ DI PRIVATI E AZIENDE»

Fantoni sostiene che in questi giorni è avvenuto un «passaggio epocale» con le manifestazioni europee dei contadini che hanno evidenziato come «esista un'emergenza legata alla sostenibilità economica del nostro sistema. E le stesse problematiche emerse nel mondo dell'agricoltura potrebbero verificarsi anche in quello dell'industria e dell'impresa in genere dove ci sono quantità di sfide (come quella energetica) che evidenziano fragilità».



«Senza contare, insiste, che il problema monetario e quello dell'ipertrofia normativa che sta affollando l'attività amministrativa di piccole e medie aziende è facile immaginare che la protesta potrebbe approdare anche lì». Una ventata di ottimismo arriva dal manifatturiero italiano e tedesco che ha fatto la storia dell'artigianato e dell'industria. «Il settore va dunque tutelato: Dobbiamo difendere l'industria che rappresenta l'89% dell'innovazione. Ma servono risorse, almeno 1.200 miliardi - ad esempio - per il green deal entro il 2030. Dove trovarli? Magari indirizzando la liquidità di privati e aziende».

IL SETTORE INDUSTRIALE VA TUTELATO «PERCHÉ RAPPRESENTA L'89% DELL'INNOVAZIONE»

Chi difende a spada tratta la collaborazione con la Germania è **Renato Mascherin**, vice presidente del Bovedani Group spa per il quale «la Germania è stato e rimane il punto di riferimento, negli ultimi 20-25 anni, nella filiera della mobilità. Facciamo parte di una quarantina di fornitori preferenziali, occupandoci di tutte le evoluzioni del diesel e dei vari impianti. Cosa ci hanno chiesto? La capacità di innovare i prodotti e produrre 200 milioni di componenti a zero difetti». Mascherin ricorda poi che se 15 anni fa 60 milioni del fatturato andavano in Germania, oggi si sono ridotti a 6: il resto va in Turchia, Messico, Polonia ecc. La dislocazione della produzione è iniziata con il dieselgate e «oggi la Germania si trova in mezzo al guado: deve capire quale sarà il futuro della mobilità in termini di scelte strategiche (noi stiamo puntando sull'idrogeno), ma con un occhio di riguardo alla tenuta sociale». Mascherin ci tiene infine a ribadire che la Germania è stata davvero maestra in tutto. «Oggi forniamo 108 stabilimenti al mondo e operiamo con 20 nazionalità diverse. Insomma, noi non possiamo fare a meno dei tedeschi».

(d.p.)

IL SECONDO GIORNO DI DIBATTITI

STATES, TERRENO FERTILE PER INTERESSERE NUOVE RELAZIONI

IL FVG GUARDA CON SEMPRE MAGGIORE INTERESSE AGLI STATI UNITI. ANNUNCIATO UN FITTO PROGRAMMA DI INCONTRI PER PERMETTERE AGLI STATUNITENSIS DI CONOSCERE MEGLIO LA NOSTRA REGIONE

» ALBERTO ROCHIRA

Se dal punto di vista geopolitico l'Europa deve trovare la strada per riempire il vuoto che gli Stati Uniti potrebbero generare ritirandosi da alcuni scenari del mondo, è proprio agli Usa che l'economia del Fvg deve continuare a guardare con sempre maggiore interesse e rinnovata lungimiranza.

SI È PARLATO ANCHE DI DENATALITÀ, IMMIGRAZIONE REGOLATA E RITORNO DI ITALIANI DAI PAESI D'EMIGRAZIONE

È una delle idee guida emerse dal secondo giorno di dibattiti a Open Dialogues for the future, che in mattinata ha visto alternarsi nel salone del castello di Udine relatori d'eccezione. Apertura con la lectio magistralis del direttore scientifico **Federico Rampini**.

«Riempire il vuoto geopolitico lasciato dagli Usa – ha spiegato – è la carta che l'area europea dovrà sapersi giocare nel prossimo futuro». Prima della lectio, anche l'intervento del presidente Unioncamere **Andrea Prete**, concentratosi sul tema della denatalità come scenario che l'Italia dovrà affrontare, con interventi possibili tra cui «l'immigrazione regolata, anche con una formazione che preceda l'arrivo in Italia, ma anche la riatrazione di italiani di seconda e terza generazione dai Paesi d'emigrazione». Di un mondo in "policrisi", in cui la crescita della popolazione nei prossimi 25 anni sarà di altri 2 miliardi, con un balzo in avanti esponenziale in soli otto Paesi e inevitabili squilibri, ha parlato l'economista brasiliano **Marcos Troyjo**. Trasmesso anche l'estratto di una videointervista con l'ex direttore della Cia, il generale statunitense **David Petraeus**, che ha dato spunti di riflessione interessanti sul conflitto a Gaza. «Condivido l'idea che Israele dovrebbe distruggere Hamas – ha suggerito – ma dovrebbe farlo con un approccio più strategico e meno militare».

Robert Allegrini, presidente di Niaf, la più importante associazione degli italo americani negli States, ha annunciato al forum un «fitto



L'intervento del presidente di Unioncamere, Andrea Prete

programma di incontri e relazioni già in parte calendarizzate in collaborazione con la Regione, per permettere agli statunitensi, istituzioni e imprese, di conoscere meglio il Fvg, una terra ricca di opportunità culturali e occasioni di investimento».

POZZO (PMP INDUSTRIES)

«GUARDARE AI MERCATI QUALIFICATI»

Per affrontare le complesse sfide sugli scenari globali, le imprese anche in Friuli «devono cambiare formula, algoritmo», perché «le aziende che valgono oggi sono quelle innovative e capaci di essere competitive nei mercati qualificati, cioè l'Ue e gli Usa». Parola di **Luigino Pozzo**, presidente di Pmp Industries Spa, società con base a Coseano (Udine) leader nel settore delle trasmissioni meccaniche, intervenuto alla seconda giornata di Open Dialogues for the future. Portando la testimonianza di un «percorso di evoluzione aziendale», Pozzo ha evidenziato che «il mondo è cambiato, e in particolare dopo l'elezione del presidente Trump negli Usa, che dal 2019 ha imposto i dazi alla Cina, il mercato è completamente mutato e siamo entrati nell'era della post globalizzazione».



«Per adeguarsi a queste trasformazioni – ha proseguito – Pmp ha investito diversi milioni di euro proprio nell'innovazione tecnologica». Una lezione che l'azienda ha appreso «per fare fronte alla concorrenza più agguerrita, quella dei player tedeschi». Attualmente, ha riferito Pozzo, «se il 10% del fatturato che veniva realizzato sul mercato russo dopo l'invasione dell'Ucraina è andato perduto, abbiamo ampiamente recuperato potenziandoci sul mercato statunitense e intendiamo proseguire così anche nei prossimi 5-6 anni, visto che per ora non è atteso un recupero dell'economia cinese». Pmp si proietta nel futuro con fiducia. «Dal 2006 abbiamo intrapreso una strada di forte internazionalizzazione basata sull'innovazione – ha spiegato –, abbiamo già una sede in Ohio e intendiamo ampliare ancora la nostra presenza negli Usa. Per l'Ue ci attendiamo – ha concluso – che vi sia presto un più convinto slancio verso l'innovazione».

(a.r.)

LYDIA ALESSIO VERNÌ (REGIONE)

«SEMPRE PIÙ AZIENDE USA INVESTONO QUI»

Sta avanzando rapidamente il percorso di accreditamento della Regione Fvg negli States, che sono uno dei maggiori investitori in regione tra i 38 Paesi dell'Ocse, area da cui gli investimenti diretti in Fvg hanno visto dal 2020 a oggi una crescita del 47% rispetto al periodo pre-pandemia. Negli ultimi tre anni in Fvg i progetti annunciati dagli Stati Uniti comportano investimenti pari a complessivi 37 milioni di euro, cui è associata la creazione di 477 nuovi posti di lavoro. Inoltre, grazie alle attività di attrazione investimenti svolte nell'ambito delle missioni economiche e istituzionali della Regione Fvg e delle attività svolte nell'ambito della task force attrazione investimenti esteri della Conferenza della Regione, sono in aumento i dossier provenienti dagli Usa trattati da Agenzia Lavoro & Sviluppo Impresa, pari ormai a più del 20 per cento.

I dati sono stati portati all'attenzione di imprenditori ed esperti al forum dalla direttrice di Lavoro & Sviluppo Impresa Fvg **Lydia Alessio Verni**. «In termini di attrazione degli investimenti – ha spiegato la direttrice – la situazione per il Fvg è dunque molto favorevole». «Il Fvg si sta impegnando a essere attrattivo per il mercato statunitense – ha sottolineato Alessio Verni –, nel contesto del quale si sta anche lavorando per far conoscere il 'prodotto Fvg', sempre più proposto come destinazione privilegiata, anche a livello turistico». Tra le prossime iniziative, da realizzarsi in collaborazione con Niaf, una missione delle imprese regionali negli Usa ad aprile, guidata dal presidente della Regione Fedrigo.

A livello economico, ha riferito la direttrice, «sono inoltre state avviate relazioni molto significative anche dal punto di vista prospettico con il Mit di Boston e in Virginia con agenzie di sviluppo delle imprese».

(a.r.)

“YOUTH EMPOWERMENT”

I GIOVANI TALENTI SONO UNA GRANDE RISORSA

Studiare e lavorare all'estero è un'esperienza che apre la mente, dunque la cosiddetta "fuga dei cervelli" non è un fenomeno da demonizzare, a patto che si riesca ad attrarre giovani talenti anche in regione. Per fare questo è innanzitutto necessario attrezzarsi con borse di ricerca e stipendi adeguati. È uno degli spunti usciti dall'ultimo panel della seconda giornata di Odff, quello svoltosi nella ex chiesa di San Francesco e dedicato allo "Youth Empowerment", la valorizzazione e l'attivazione dei giovani come risorsa.



A intervenire, moderati dal coordinatore del programma di Odff **Filippo Malinverno** di Ambrosetti, sono stati **Alessandro Tommasi**, fondatore di Will Media, piattaforma tecnologica di dialogo con i giovani, e **Virginia Tosti**, cofondatrice start2impact University. In collegamento, **Serenella Sferza**, codirettrice programma Mit-Italy, e **Niccolò Calandri**, Ceo di 3bee, startup fondata proprio in seguito alla partecipazione del programma Mit-Italy. A corredo, il videomessaggio di **Dante Roscini** dell'Harvard Business School, che ha esposto alcune caratteristiche del sistema dell'istruzione e alta educazione negli Usa. Tra le sfide da affrontare, Tommasi ha sottolineato la necessità per i giovani di difendersi dalle fake news propagate dai social media. «I giovani più di tutti – ha suggerito – hanno bisogno di acquisire le skill che diano loro la capacità di discernere l'affidabilità delle fonti». Virginia Tosti ha evidenziato l'esigenza di «aiutare i ragazzi e le ragazze a imparare e a capire le cose in cui riescono a eccellere». Dall'esperto Calandri un'iniezione di autostima. «La preparazione garantita dalle università italiane è di altissimo valore – ha detto – paragonabile se non superiore a quella delle migliori università americane. Anche se in Italia – ha concluso – serve qualcuno che metta a disposizione la capacità economica».

(a.r.)



IL PROGETTO "WELCOME ON BOARD" IMPRESE DEL MOBILE INTERVISTATE DAGLI STUDENTI



Il direttore del Cluster, Carlo Piemonte



Protagonisti delle interviste le classi quinte dell'Isis di Brugnera

Si chiama "Welcome on board" e permette un confronto "alla pari" tra imprese e studenti per avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro. È l'ultimo progetto proposto dall'Innovation Platform del Cluster Arredo all'ISIS Bruno Carniello di Brugnera, dove tramite la MAW, con il coordinamento di **Ingrid Polo** e **Cristian Molinari**, si sono tenuti dei giochi strutturati con l'obiettivo di redigere una "Carta dell'innovazione". Alf Da Frè, Lanta, Santalucia Mobili, Friul Intagli Industries sono state intervistate dalle quattro classi quinte dell'ISIS di Brugnera su tre macro-temi persone, innovazione, processi. Domande azzeccate e curiose, quelle poste dagli studenti agli imprenditori, le cui risposte, assieme ai pareri dei giovani intervenuti, confluiranno in un documento di cui ora le aziende faranno tesoro, affinché scuola e impresa siano sempre più "connessi".

«La cultura della lavorazione del mobile e del pannello è un patrimonio del nostro territorio e un elemento chiave per il successo delle aziende che lo popolano», commenta il direttore del Cluster **Carlo Piemonte**. «Una iniziativa interessante che ha offerto la possibilità di confrontarci con le risorse di domani per le nostre aziende - commenta **Jacopo Galli**, vicepresidente del Cluster e presidente della Filiera Legno arredo tessile Confindustria Alto Adriatico -, grazie all'interazione tra imprese dello stesso settore, la scuola, l'Innovation Platform di Brugnera e un'agenzia dinamica come la MAW».

Alessandro Corazza, delegato di Assopannelli FederLegno Arredo, conferma la soddisfazione degli imprenditori del mobile di questa tipologia di comunicazione tra mondo della impresa e scuola. «Un progetto utile ai fini dall'orientamento - aggiunge la dirigente scolastica **Simonetta Polmonari** - che concretizza la sinergia con il Cluster e le aziende del comparto, proseguendo una collaborazione partita con la Innovation Platform, dove i nostri studenti fruiscono di moderni macchinari, e che continua con la formazione ed interventi esterni, dando frutti importanti e continuativi».

DISTRETTO DELLA SEDIA 2022-2023

ANNO	N. AZIENDE	N. ADDETTI
2022	512	2834
2023	493	2509

IMPORT-EXPORT FVG 2022-2023

ANNO	IMPORT	EXPORT
2022	490.171.969,00 €	1.795.823.067,00 €
2023 (III trim).	408.993.647,00 €	1.583.849.903,00 €

IL CLUSTER FA DA GUIDA ALLE IMPRESE CON CORSI SULLA FORMAZIONE E SULLA SOSTENIBILITÀ

LA RESILIENZA DELL'ARREDO TRA INFLAZIONE E CONFLITTI

LA CRISI DELLA GERMANIA, L'IMPENNATA DEI COSTI DELLE MATERIE PRIME E DELL'ENERGIA PESANO SUL COMPARTO, MA LE AZIENDE CONTINUANO A INVESTIRE

» EMANUELA MASSERIA

Un bilancio su un settore dove incombono complesse congiunture economiche, energetiche e politiche, quello di **Matteo Tonon**, presidente del Cluster Legno Arredo FVG. Uno sguardo oltre i numeri, purtroppo negativi, per includere in un ragionamento più ampio la capacità di resistere e di evolvere di un intero segmento produttivo. Per circoscrivere le più recenti dinamiche del settore partiamo dalle ripercussioni locali dovute alla crisi economica della Germania.

«È chiaro che il freno dell'economia tedesca pesa sul comparto, ma anche il centro Europa è in difficoltà. Sono mercati importanti. Più in generale possiamo dire che ormai si è consolidato un trend negativo, come quello dell'anno scorso, ma è una crisi che non inizia oggi. In ogni caso, per quanto annunciato, non vuol dire che questo non pesi. Parliamo pur sempre di un dato negativo, e a doppia cifra».

Quanto ha contribuito a questo quadro la fine del Super bonus?

«Sicuramente molto sul mercato domestico, considerata la fine delle grandi ristrutturazioni. Ci sono però tanti fattori da considerare».

Quali altri fattori hanno influito pesantemente?

«L'impennata dei costi delle materie prime, di certo. Anche se adesso non ci sono più picchi di prezzo imprevedibili è chiaro che

non ci sarà un riassetto dei costi ai livelli del passato. I costi per il gas e l'energia elettrica pesano su tutta la filiera. Viviamo anche in uno scenario difficile dove esiste la parola guerra. Oltre al dramma ci sono le ripercussioni economiche. Non possiamo dimenticare poi la questione dei tassi d'interesse, con costi del denaro importanti per le imprese che vedono diminuire le proprie disponibilità. Un combinato di situazioni difficili».

C'è qualche aspetto positivo in tutto questo?

Dobbiamo riconoscere che il comparto arredo regionale ha una capacità di adattamento non comune. Già 15 anni fa si parlava di crisi del comparto. Oggi ci sono nuove difficoltà a livello macroeconomico ma se spostiamo leggermente il focus, in questi ultimi 2 anni ci sono stati segnali di crescita, con molti investimenti sia da parte della Regione che dei privati.

Su cosa si è puntato?

«Sulla formazione, ad esempio. Nell'ambito del cluster abbiamo promosso quattro percorsi: industria 4.0, sostenibilità, tappezzeria, lavorazione evoluta del legno. Una dimostrazione che volendo investire lo si può fare cercando una compatibilità con gli scenari futuri».

Può commentare gli ultimi dati, piuttosto disastrosi, dell'export regionale?

«Erano attesi; noi come cluster l'avevamo preventivato già nel pri-

mo quadrimestre 2023, quando i dati non sembravano male. All'epoca avevamo portato previsioni negative, era già tutto chiaro. Purtroppo non sorprende, vista la somma di fattori negativi degli ultimi 24-36 mesi. Come se ne esce? Non con le singole aziende, ma con tutto il sistema economico. Dobbiamo riuscire a dare una spinta all'economia regionale».

Nella visione di Tonon, alla fine, «le aziende giocano una partita di adattamento e guardano al futuro». Una volta si diceva di andare alla ricerca di nuovi mercati. Adesso parliamo di una «capacità di intercettare i flussi della domanda» ma servono investimenti. Tonon conclude comunque il discorso in chiave positiva. «Sono molte le aziende del comparto con prodotti nuovi, investimenti fatti e una componente di italianità che è un valore importante. Questo è un po' più della volontà di reazione. Uscirne è difficile? È fattibile».



Il presidente del Cluster Legno e Arredo Fvg, Matteo Tonon

PRATIC

L'OUTDOOR SEMPRE PIÙ PROTAGONISTA

Continua a crescere l'outdoor di Pratic, l'azienda di Fagagna leader nella progettazione di tende da sole e pergole di design, che al prossimo Salone del Mobile si presenterà per la prima volta in veste di marchio internazionale, dopo l'ingresso, lo scorso giugno, nel gruppo industriale europeo StellaGroup. Una scelta strategica – secondo l'ex vicepresidente e oggi amministratore delegato, **Edi Orioli** – per impartire allo sviluppo sui mercati mondiali lo stesso ritmo mantenuto "in casa" negli ultimi anni e che, in quello appena concluso, ha permesso di attuire la recente flessione dell'export, dopo i risultati eccezionali che hanno



interessato il settore nel periodo pandemico. «Per il mondo dell'outdoor, il 2024 si è aperto con la consapevolezza che quelli precedenti sono stati anni straordinari, in cui la domanda è stata influenzata da eventi altrettanto fuori dal comune – afferma Orioli –. In un contesto ristabilizzato, è necessario fare una sintesi obiettiva e riprendere a confrontare i risultati di oggi con quelli più veritieri del 2019. In quest'ottica, il 2023 si è chiuso per Pratic con un +10% molto soddisfacente, soprattutto considerando lo stallo economico di mercati per noi centrali, come Germania, Svizzera

e Austria, nei quali abbiamo riscontrato una flessione di circa il 40% nell'ultimo anno».

E se il 2024 si apre con scenari incoraggianti, supportati anche dalle nuove attività di cross-selling verso le aziende della costellazione StellaGroup, a trainare la crescita di Pratic è soprattutto il desiderio, ormai irrinunciabile, di vivere open air il più a lungo possibile. Una richiesta a cui il marchio friulano risponde con schermature evolute nella tecnologia e nel design made in Italy, che consentono di moltiplicare la superficie disponibile, offrendo comfort naturale e sostenibile in ogni stagione.

«L'esigenza legata all'outdoor non è più solo quella di protezione solare, ma anche di schermatura contro le intemperie e le temperature più rigide – continua Orioli –. Aspetti che guidano lo sviluppo dei nostri prodotti e che si intrecciano con la sfida dell'accessibilità sotto il profilo economico. Crediamo che in futuro l'outdoor si configurerà come elemento sempre più protagonista degli spazi architettonici, e sarà fondamentale assicurare al mercato massima personalizzazione e flessibilità per ogni progetto di schermatura».

Francesca Gatti

è più solo quella di protezione solare, ma anche di schermatura contro le intemperie e le temperature più rigide – continua Orioli –. Aspetti che guidano lo sviluppo dei nostri prodotti e che si intrecciano con la sfida dell'accessibilità sotto il profilo economico. Crediamo che in futuro l'outdoor si configurerà come elemento sempre più protagonista degli spazi architettonici, e sarà fondamentale assicurare al mercato massima personalizzazione e flessibilità per ogni progetto di schermatura».

COSTANTINI PIETRO

100% MADE IN ITALY 100% ESPORTATORI

È tra le aziende più longeve del Salone del Mobile e il nome del suo fondatore – **Costantini Pietro** – continua a scrivere la storia di un marchio nato nel 1922, "fresco" di centenario, con sede a San Vito al Torre (UD).

Giunta alla terza generazione, l'azienda si rivolge ai mercati extra europei con collezioni che uniscono il 100% made in Italy ad uno stile che deve parlare a latitudini molto diverse tra loro, come USA e Far East, per fare un esempio.

«Abbiamo chiuso il 2023 come un anno di assestamento dopo la crescita eccezionale del 2022 che risentiva della spinta post Covid; – spiega **Pierpaolo Costantini** – il 2024

è iniziato con molta attesa e cautela da parte dei mercati. Contando che siamo esportatori al 100% e quindi non beneficiamo degli incentivi nazionali di settore, posso dire che lo scenario per il prossimo futuro è delicato, segnato da troppi conflitti internazionali e dall'alto costo del denaro. La Russia, per esempio, è stato e rimane un mercato importante, ma allo stato attuale non è semplicemente possibile considerarlo. Confidiamo che il Salone del Mobile di Milano dia nuovo respiro ed energia al settore come ha sempre fatto: siamo specializzati nella zona giorno e quindi

presentaremo nuovi tavoli, sedute, mobili contenitori e divani per ampliare e completare sempre di più la nostra offerta. Durante lo stesso periodo della Milano Design Week saremo impegnati in un altro importante appuntamento internazionale, la High Point Furniture Market nel North Carolina».

L'azienda progetta e produce insieme ai designer **Stefano Spessotto** e **Studio Giuseppe Viganò**, oltre che con il proprio studio di progettazione interna. Lavorando per mercati così diversi dal gusto europeo, la Costantini Pietro deve interpretare esigenze diverse: le collezioni si riconoscono per le dimensioni molto ge-



Pierpaolo Costantini

nerose, pensate per abitazioni di metrature importanti, anche se le nuove modalità abitative fanno sì che sempre più si ragioni anche in termini più minimali. Grande attenzione al settore commerciale, dove l'azienda si fa notare per la flessibilità e una capacità di personalizzare che non ha uguali e che può essere applicata praticamente su ordini di ogni entità.

Lo stile delle novità in presentazione a Milano è lo specchio dei tempi, con un design improntato alla positività, a materiali confortevoli e linee essenziali che rimandano alla tradizione. (f.g.)

MIDJ

PRODUTTORI ARTIGIANALI E SOSTENIBILI

Il futuro deve essere sostenibile, anche nel settore del mobile: è questo lo scenario secondo MIDJ che dal 1987 produce sedute, tavoli e complementi d'arredo nei propri stabilimenti di Cordovado (PN), portando la cura della produzione artigianale a una dimensione industriale.

Lo spiega **Miriam Vernier**, responsabile commerciale e marketing dell'azienda. «Il tema della sostenibilità di prodotti e materiali è centrale e sta diventando sempre più vincolante in Europa a livello normativo



ed è ormai un valore aggiunto fondamentale nella scelta d'acquisto per il cliente finale. In particolare i settori contract, Ho.Re.Ca e ufficio richiedono sempre più prodotti in linea con le direttive europee green. In MIDJ stiamo spingendo sull'acceleratore in tal senso, anche se dobbiamo considerare che si tratta di un tema complesso perché coinvolge l'intera filiera produttiva, che deve interiorizzare un nuovo modo di pensare agli oggetti, ai materiali e alle lavorazioni. Soprattutto nel caso di prodotti già industrializzati, diventa ancora più complesso rivoluzionare i processi.»

Con 93 dipendenti, il fatturato 2023 di MIDJ si è chiuso a 25,6 milioni di euro, in leggera flessione rispetto all'anno precedente e il 2024

dovrebbe essere in linea con l'ultimo risultato. La produzione MIDJ è contraddistinta da collezioni molto versatili e personalizzabili, adattandosi facilmente sia in contesti residenziali che contract, in Italia e nel mondo.

«In generale, si percepisce un rallentamento sui mercati internazionali: mentre l'Italia sta tenendo più delle previsioni, è soprattutto l'estero che fa fatica, in particolare Europa e Stati Uniti.

Il 60% del nostro fatturato è rappresentato dall'export: rispetto al dato negativo delle esportazioni FVG che ha fatto segnare -13,7% nel 2023, la nostra flessione è molto meno marcata.

Siamo certi che in occasione della Milano Design Week ad aprile ci sarà nuova linfa e vitalità per il settore, anche noi siamo pronti a presentare numerose novità e collaborazioni. Quest'anno, per la prima volta dopo più di 20 anni, non parteciperemo al Salone del Mobile, ma saremo presenti a Milano durante la Design Week con un grande spazio espositivo al Fuori Salone in via Tortona, presso l'Opificio 31. Per noi è un modo nuovo di presentare i nostri prodotti e l'occasione di stupire con delle collezioni di cui siamo particolarmente orgogliosi».

(f.g.)

TOMASELLA

NUOVI INVESTIMENTI NEL NETWORK DEL DESIGN

Un futuro che punta a nuovi investimenti, al rafforzamento e allo sviluppo sui mercati: lo scenario di Tomaseella, l'azienda che dal 19498 produce mobili e complementi d'arredo a Brugnera (PN), è ben delineato.

«Lavoriamo ad un progetto identitario che si consoliderà ancora di più nei prossimi anni grazie all'integrazione di nuove realtà produttive specializzate sia negli arredi dedicati al living sia in quelli dedicati alla zona notte e alla qualità del sonno (letti imbottiti, materassi, top-per, guanciali) – spiega **Elvio Del Ben** C.o.o. dell'azienda –

Questo significa ampliare l'offerta, rafforzando sempre più il concetto di Tomaseella Design Network, e investire in ambito commerciale sia in Italia che all'estero: per questo stiamo riprogettando anche il nostro show room aziendale».

Dopo 2 anni (post Covid) del tutto straordinari per il settore, il mercato ha subito una contrazione della domanda dovuta principalmente alla crisi della materia prima che ha subito aumenti senza precedenti. «Per le aziende come la nostra nella fascia media di mercato, il trend è sempre più quello di offrire prodotti che soddisfino il gusto del consumatore (esigente e consapevole), e che garantiscano soluzioni

funzionali ai nuovi bisogni, senza trascurarne la competitività economica.

Grazie ai continui investimenti in tecnologie d'avanguardia e in risorse umane specializzate (che sanno interpretare il mercato e trovare le adeguate strategie), l'azienda è pronta ad affrontare questa nuova sfida e ad offrire ai nostri clienti tutti gli strumenti per essere ancora più performanti.

Abbiamo chiuso il 2023 sostanzialmente in pareggio, con un fatturato che supera i 94 milioni di euro: considerando che abbiamo subito una chiusura straordinaria per calamità

naturali (una grandinata ha colpito violentemente i nostri siti produttivi) che ha bloccato la produzione per 4 settimane, possiamo dire che è un buon risultato: senza questo grave incidente avremmo chiuso con un +7%. Tutte le previsioni di mercato danno un 2024 in calo, ma noi fortunatamente abbiamo ancora un trend positivo di fatturato rispetto al 2023. Anche per quanto riguarda l'export, caratterizzato da una generale flessione, siamo in controtendenza e confidiamo, anzi, di poter incrementare le nostre quote delle esportazioni che per ora si aggirano attorno al 25% del fatturato globale.»

(f.g.)



INCONTRO ORGANIZZATO A BUTTRIO DAL GRUPPO "LA VIA DEL TIGLIO"

NEGOZI DI VICINATO, UN VALORE AGGIUNTO

I PICCOLI ESERCIZI PRESERVANO IL TESSUTO COMMERCIALE E AUMENTANO L'ATTRATTIVITÀ TURISTICA. LA REGIONE LI SOSTIENE CON UN BANDO CHE HA CHIUSO A FEBBRAIO CON 390 DOMANDE

«I negozi di vicinato sono un valore aggiunto non solo per il tessuto sociale perché creano comunità, ma anche perché possono offrire un'esperienza di acquisto completamente diversa da quella della grande distribuzione e del mercato online: abbiamo centri bellissimi e grazie alla qualità del servizio e del prodotto i piccoli negozi possono fare la differenza ed essere fortemente attrattivi per i consumatori». Lo ha affermato il governatore del Friuli Venezia Giulia **Massimiliano Fedriga**, intervenendo assieme all'assessore alle Attività produttive **Sergio Emidio Bini** all'incontro organizzato a villa di Toppo Florio a Buttrio dal Gruppo "La via del Tiglio" sul tema "Attività di vicinato: una risorsa per i nostri centri storici".



Alcune immagini dell'incontro al quale erano presenti il Presidente della Cciaa Giovanni Da Pozzo, l'assessore regionale Bini (qui sopra) e il dirigente di Confcommercio provinciale Filippo Meroi. Con loro anche il Presidente della Regione Fvg Massimiliano Fedriga

Il Gruppo aggrega una decina di realtà economiche nell'obiettivo di fare rete, rafforzando la collaborazione tra imprese presenti in una delle vie del centro del paese. L'iniziativa rientra, inoltre, tra quelle dell'associazione "Buttrio cento attività per te", circuito su cui si fonda il locale centro commerciale naturale. «Dobbiamo puntare - ha invitato Fedriga - da un lato sulla capacità di fare squadra, e per questo la Regione sostiene i distretti, dall'altro dobbiamo valorizzare ciò che ha di più l'acquisto fisico rispetto alla grande distribuzione e l'online: i nostri centri storici hanno architetture talmente speciali e attrattive che in altri Paesi vengono replicate e ricostruite artificialmente. Sulla valorizzazione turistica stiamo lavorando già da diversi anni con contributi specifici ma anche per il piccolo commercio abbiamo linee

contributive dedicate per favorire questo lavoro di squadra». È stato l'assessore Bini a dare conto nel dettaglio del bando che dal 24 gennaio al 23 febbraio è stato aperto a sollievo dei costi di funzionamento di unità locali di esercizi di vendita di vicinato ubicati nei piccoli comuni. «Le domande pervenute sono state 390, a testimonianza del successo dell'iniziativa - ha detto Bini -. Non solo, anche lo storico del bando ne attesta l'importanza: le ultime due aperture (2021 e 2022) hanno permesso di dare risposta a circa 700 domande pervenute da piccole attività e negozianti da 150 comuni diversi, per un importo liquidato complessivo

pari a oltre 2 milioni di euro». Nel dettaglio, l'apertura 2024 del bando aveva una dotazione di mezzo milione di euro, a sostegno delle microimprese che esercitano la vendita al dettaglio di vicinato nei comuni con meno di 5 mila abitanti e nelle frazioni dei comuni con popolazione compresa tra 5 mila e 15 mila abitanti. «È recente la ricerca dell'Ufficio Studi di Confcommercio nazionale, dalla quale emerge che 110 mila attività di commercio al dettaglio sono scomparse nelle città italiane nell'ultimo decennio - commenta **Filippo Meroi**, dirigente di Confcommercio provinciale e referente a Buttrio de "La via del Tiglio" - e si comprende dunque l'urgenza del confronto con le istituzioni per sollecitare la massima attenzione sulle politiche di tutela dei negozi di vicinato. Parliamo di attività tradizionali che hanno un enorme valore sociale per il territorio.



Riteniamo che la valorizzazione dei centri storici e delle frazioni come luoghi caratteristici e fruibili dalla popolazione sia elemento fondamentale per contrastare la desertificazione, preservare il tessuto commerciale e aumentare l'attrattiva turistica».

LA RUBRICA "ETICA&ECONOMIA"

LA RIVITALIZZAZIONE DEI CENTRI STORICI AL CENTRO DELLE SCELTE ETICHE

I negozi di vicinato, il commercio di quartiere e la rivitalizzazione dei centri storici sono un valore etico aggiunto per il tessuto socio-economico del Friuli, territorio che più di altri ha nel suo dna il concetto di comunità. Si pensi al rito del "tajut" a fine lavoro nel tardo pomeriggio che è occasione d'incontro, di coesione, d'interesse per l'altro. Ma da queste opzioni commerciali sorge anche l'offerta di un'esperienza di acquisto diversa da quella della grande distribuzione e del mercato online.

In Friuli sorgono centri storici stupendi. I piccoli negozi possono fare la differenza ed essere efficacemente attrattivi per i consumatori. Durante le ultime vacanze di Natale ho avuto degli ospiti romani desiderosi di conoscere Udine e il Friuli. Accanto a Tiepolo, il castello, mostra a Casa Cavazzini, giro per il centro di Udine e poi di Cividale del Friuli, Aquileia, San Daniele del Friuli e Palmanova ho colto un interesse molto intenso per i negozietti, la tipicità di alcune offerte commerciali, la bellezza riscontrata nei centri storici che offrono possibilità d'incontro, relazione e acquisto. A San Daniele del Friuli la visita al Prosciuttificio Prolongo è risultata a dir poco entusiasmante. Adesso quando scendo a Roma talvolta passo a ritirare dalla famiglia Prolongo alcune confezioni sottovuoto per questi amici. L'apprezzamento è totale! Ho appreso recentemente che un negozio di alimentari e molti altri prodotti utili che fungeva da luogo di riferimento e aggregazione a Treppo Grande ha chiuso. È un peccato, non bisogna permettere la chiusura di queste attività. I privati si rimbocchino le maniche e il pubblico agevoli iniziative di mantenimento di dette realtà che possono favorire posti di lavoro. Gli stessi giovani siano agevolati in tal senso. Molto meglio investire in ciò piuttosto che in sovvenzioni gratuite come redditi di cittadinanza o similari (indispensabili solo per chi ne ha effettivo bisogno). E nei Comuni più grandi si ipotizzi di creare centri commerciali naturali, veri e propri salotti dove la gente sia attratta ad andare. Da parte della PA ci dev'essere la consapevolezza, invece, che il sostegno alle attività di vicinato non è solo un investimento economico, ma anche d'identità culturale e di attrattiva turistica dei nostri centri storici.

NEI COMUNI PIÙ GRANDI SI IPOTIZZI DI CREARE CENTRI COMMERCIALI NATURALI, VERI E PROPRI SALOTTI DOVE LA GENTE SIA ATTRATTA AD ANDARE

Acquistare in negozi di vicinato o di quartiere ha un valore etico ben superiore agli acquisti attuati nella grande distribuzione oppure online. E poi volete mettere stare al chiuso di un centro commerciale rispetto all'essere immersi in un centro storico spesso con architetture speciali e fortemente attrattive, ma anche dell'esperienza della gente con cui si entra in contatto. La Regione ha recentemente emesso un bando a sollievo dei costi di funzionamento di unità locali di esercizi di vendita di vicinato ubicati nei piccoli comuni. È un'iniziativa da salutare con apprezzamento e plauso. Così facendo non andranno disperse socialità e tradizioni locali di cui il Friuli deve andare fiero come fiero dev'essere dei suoi valori che oggi si rende necessario ed etico trasmettere a chi popola questo splendido pezzetto di terra (utopia? Spetta a noi tentare che non sia così, ognuno con le sue differenti responsabilità).

Daniele Damele

ATER UDINE

LA RIGENERAZIONE DEL PATRIMONIO IMMOBILIARE

È stato dedicato al Concorso di Progettazione nazionale promosso dall'Ater di Udine con focus sul recupero tipologico di un edificio residenziale il convegno svoltosi nell'auditorium dell'Istituto Salesiano Bearzi, a Udine. Al centro dell'incontro si è svolto un ampio dibattito tra esperti e addetti ai lavori sul tema del RI.U.SO (Rigenerazione Urbana Sostenibile), un percorso per la rigenerazione del patrimonio immobiliare dell'edilizia residenziale pubblica capace di tenere insieme le molteplici necessità del vivere odierno e di dare risposte adeguate anche al bisogno di protezione sociale. L'evento è stato organizzato dall'Ater Udine in collaborazione con l'Ance - Associazione Nazionale Costruttori Edili di Udine e l'OAPPC Udine, l'Ordine degli architetti, pianificatori, paesaggisti, conservatori della provincia di Udine. Presenti tre classi dell'Istituto Malignani di Udine.



L'Ater ha promosso un concorso di progettazione volto alla ricerca di una nuova tipologia edilizia di riferimento per i prossimi interventi di rinnovo del proprio patrimonio immobiliare

«L'Ater Udine - ha spiegato il presidente dell'azienda territoriale di edilizia residenziale, dottor **Giorgio Michelutti** - promuove un concorso di progettazione volto alla ricerca di una nuova tipologia edilizia di riferimento per i prossimi interventi di rinnovo sostanziale del proprio patrimonio immobiliare. La progettazione dell'edificio tipo, che sostituirà radicalmente le preesistenze, si pone l'obiettivo di migliorare l'efficacia architettonica per alleviare la percezione di fragilità delle persone».

A seguire, i saluti istituzionali. Presente per il Comune di Udine l'assessore alla Pianificazione ingegner **Federico Zini**. «Ater risponde a diverse esigenze in costante trasformazione per motivi demografici, economici e sociali, e quindi servono strumenti nuovi. Bisogna recuperare l'esistente più che espandere il patrimonio dell'edilizia residenziale - ha aggiunto - e occorre pianificare questi interventi dentro un tessuto urbano articolato e complesso».

Il primo intervento è stato quello dell'assessore regionale del Fvg a Infrastrutture e Territorio, **Cristina Amirante**. «Il termine

rigenerazione - ha evidenziato l'esponente della Giunta regionale - non trova un riferimento normativo esatto e su questo la Regione sta lavorando, attraverso un percorso condiviso e non calato dall'alto. E intanto bisogna agire per favorire la rigenerazione urbana, proprio come è stato fatto anche con questo concorso. Rigenerare - ha proseguito Amirante - non è solo riqualificare e ristrutturare, ma è anche cambiare i connotati di una zona della città, innescando nuovi e complessi processi di cambiamento guidati dal concetto di mixité, ossia un insieme di funzioni che consentano di attuare in una stessa area urbana interventi trasversali e inclusivi dal punto di vista sociale e culturale».

QUANDO LA FAMIGLIA È LA PRIMA ESPRESSIONE DI IMPRESA

VENICA&VENICA, DAL 1930 VIGNAIOLI CON ORGOGLIO

IN CIRCA 40 ETTARI DI VIGNETO NASCE UN PRODOTTO UNICO NEL COLLIO. ALLA BASE DELLA FILOSOFIA È LA SOSTENIBILITÀ. IL VINO PIÙ RAPPRESENTATIVO È IL SAUVIGNON "RONCO DELLE MELE"

La famiglia Venica da 90 anni è tra i protagonisti della crescita del Collio, un microcosmo unico protetto dalle Prealpi Giulie, che limitano i venti provenienti da nord, e dal Mar Adriatico, che mitiga le temperature: il risultato è un clima continentale e temperato, con una buona escursione termica tra il giorno e la notte, ideale per la viticoltura. Qui, in circa 40 ettari di vigneto, nascono i vini di Venica&Venica.

La signora **Ornella** racconta che per i Venica la famiglia è la prima espressione di impresa. In fondo il capofamiglia, come l'imprenditore o il general manager, deve fare una valutazione delle risorse che ha a disposizione e valorizzare ogni singolo elemento, provvedendo al contempo al fabbisogno e al benessere sia dei propri famigliari che, nel caso dell'imprenditore, delle famiglie dei lavoratori.

La famiglia Venica ha coltivato proprio il tipico saper fare italiano per valorizzare il territorio del Collio, anno dopo anno, generazione dopo generazione, sempre con la voglia di rinnovarsi ma senza perdere le proprie radici, la propria identità. Il risultato di questo continuo imprendere e apprendere sono i prodotti, che diventano portavoce di un messaggio presso il cliente.

Nel caso di Venica&Venica, il messaggio racconta l'orgoglio di essere vignaioli, e di esserlo nel totale rispetto del territorio, lavorando in simbiosi con l'ambiente, rispettando i ritmi e le regole della natura. La vite è una pianta spontanea, che però va addomesticata, giorno dopo giorno, come la volpe de "Il Piccolo Principe", il capolavoro di Antoine de Saint-Exupéry. Non a caso l'azienda ha aderito a VIVA, il progetto che valuta l'impatto della vitivinicoltura sull'ambiente, avviato nel 2011 dal Ministero della



Transizione Ecologica. Venica ha aderito sin dalla fase pilota, assieme ad altre 8 aziende che hanno fatto partire il progetto (oggi sono 107). VIVA mira a misurare e migliorare le prestazioni di sostenibilità della filiera vitivinicola attraverso l'analisi di quattro indicatori (aria, acqua, territorio, vigneto).

Per Venica la sostenibilità ambientale è il punto di partenza di un processo, che vede uniti produttori e consumatori e che focalizza l'attenzione sull'unicità di ciascun vino come espressione della singola realtà produttiva. Il vino che più esprime l'identità di Venica&Venica è il Sauvignon "Ronco delle Mele", uno dei bianchi più acclamati e premiati in Italia.



PIÙ DI 12 MILA I PERNOTTAMENTI

BORGO SOANDRI: + 27% DI PRESENZE NEL 2023

UN ANNO DA INCORNICIARE PER L'ALBERGO DIFFUSO DI SUTRIO VINCITORE ANCHE DELLA TAPPA TELEVISIVA "4 HOTEL"

Un anno da incorniciare il 2023 per l'Albergo Diffuso Borgo Soandri di Sutrio, che ha registrato un incremento del 27% delle presenze rispetto al 2022. Si tratta del miglior risultato da quando è stato aperto nel 2000. In tutto, sono stati più di 12 mila i pernottamenti nella struttura, che l'anno scorso era stata fra l'altro incoronata vincitrice nell'amichevole disfida ingaggiata fra gli Alberghi Diffusi della Carnia davanti alle telecamere della fortunata trasmissione "Bruno Barbieri - 4 Hotel". Se agosto è stato in assoluto il mese con più presenze (oltre 2000) e l'alta stagione (luglio e agosto) ha registrato il +10,9%, sono particolarmente interessanti da notare i dati degli altri periodi, ad iniziare dall'inverno che ha segnato +45% rispetto all'anno precedente. Anche le basse stagioni si chiudono con risultati più che lusinghieri: quella primaverile con +30,9% e quella autunnale con +11,14% rispetto al 2022, a conferma del

raggiungimento di uno degli obiettivi più importanti che si era prefissato il Consiglio di amministrazione guidato da Silvio Ortis, ovvero la destagionalizzazione.

«I risultati del 2023 ci inorgogliscono e sono la prova tangibile del percorso evolutivo e di crescita di Borgo Soandri, che non è solo un albergo, ma un modello di accoglienza che fa vivere all'ospite Sutrio e la Carnia tutta e il territorio attraverso esperienze che lo fanno sentire un paesano e non un turista - dice il Presidente **Silvio Ortis** - Ci siamo impegnati per una crescita qualitativa non solo delle camere ma anche dell'offerta - paese: servizi, attività, esperienze. Invitiamo a condividere i gesti e i ritmi della gente, a contatto con la sua quotidianità e le sue tradizioni. L'ospite si gode quindi il soggiorno in un paese che è albergo, dove è accolto come amico da una comunità ospitale. Questa è una formula vincente, e lo sarà

sempre di più, perché le nostre offerte nuove ed evolute rendono la vacanza esperienziale e fanno sì che le persone tornino a casa con un pezzetto di Carnia nel cuore, che le fa poi ritornare. L'orgoglio di questo modello tutto friulano, di cui fu pioniera Leonardo Zanier, va condiviso anche con gli altri Alberghi Diffusi Carnici, che pure hanno registrato nel 2023 un'interessante crescita.»

«L'amministrazione comunale ha sempre creduto profondamente nel progetto che, come confermano i numeri, è sano e porta risultati concreti», aggiunge il Sindaco di Sutrio **Manlio Mattia**.

Oggi la struttura ha oltre 150 posti letto, suddivisi in 35 appartamenti di varia capienza ricavati dall'attenta ristrutturazione di antiche case ed edifici rurali, che insieme costituiscono un vero e proprio albergo organizzato come un'unica struttura ricettiva, con reception e servizi comuni.

LE LATTINE RIPORTANO IL MARCHIO "IO SONO FVG"

LA BIRRA ARTIGIANALE PRODOTTA CON PANE FRESCO DI RECUPERO

PAN BIRRETTA METTE IN RETE PRODUTTORI, CONFERITORI E GRANDE DISTRIBUZIONE CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

Nasce PanBirretta, la birra artigianale made in Fvg, prodotta con il pane fresco di recupero conferito da panifici, gastronomie, ristoranti e hotel del territorio. Il progetto è stato presentato a Udine alla presenza dell'Assessore regionale alle risorse agroalimentari **Stefano Zannier** e del direttore di Agrifood **Pierpaolo Rovere**.

Si tratta di un progetto che mette in rete il Birrifico Forum Iulii, i produttori di pane, gli operatori della ristorazione e la grande distribuzione in un circolo virtuoso per ridurre lo spreco alimentare, sostenuto dalla Regione attraverso Agrifood e il marchio Io sono Friuli Venezia Giulia. «PanBirretta è economia a 360 gradi - ha commentato l'assessore Zannier -: economia dei conferitori che non buttano via il prodotto, economia del produttore e anche del soggetto che distribuisce la birra attraverso la propria rete.»

PanBirretta applica i principi dell'economia circolare con l'obiettivo di dare nuova vita al prodotto invenduto, recuperando il pane fresco non utilizzato che altrimenti diventerebbe rifiuto e che va a sostituire circa il 25% del malto presente nella birra. Lo stabilimento del birrifico, ricavato da una vecchia falegnameria, autoproduce energia elettrica grazie ai pannelli fotovoltaici installati sulla copertura, mentre l'energia termica deriva dall'impianto a

biomassa che sfrutta gli scarti della lavorazione del legno. Il malto proviene da terreni di proprietà coltivati a orzo, mentre il luppolo da produttori prevalentemente locali: i malti esausti, al termine del processo di ammostamento, vengono conferiti ad aziende agricole e utilizzati come mangime per gli animali, mentre i luppoli sono trasformati in fertilizzante per la coltivazione del suolo.

IL PANE NON UTILIZZATO VA A SOSTITUIRE CIRCA IL 25% DEL MALTO PRESENTE NELLA BIRRA. IL PROCESSO DI PRODUZIONE È A EMISSIONI ZERO

Si tratta quindi di un processo di produzione ad emissioni zero, in cui anche gli scarti di lavorazione vengono riutilizzati per altri usi, come è stato spiegato anche dai mastri birrai Angelo Tsimbirlis e Sebastiano Corato. «L'anima del progetto sta proprio nell'idea di trasformare lo scarto alimentare in ricchezza e in catena di



valore per il territorio e per i produttori. - spiega il responsabile di progetto **Umberto Marangoni** - Ci è voluto un anno di lavoro, di sperimentazione e di prove per arrivare alla ricetta perfetta per sostituire parte dei malti con il pane. Abbiamo sviluppato una tecnologia di cui è stata depositata richiesta di brevetto: si chiama Breadwashing e, con una quantità limitata di acqua, assicura il lavaggio naturale del pane per eliminarne il contenuto di sale e renderlo materia prima della nostra birra, sostituendo il malto d'orzo fino ad un massimo del 30%».

Le lattine di PanBirretta riportano il marchio "Io sono FVG", nato per dare valore alle aziende e ai prodotti agroalimentari del territorio, e sono a scaffale nei supermercati Interspar del Friuli Venezia Giulia.

L'ATTIVITÀ È SORTA NEL 1868. TRA I CLIENTI ANCHE D'ANNUNZIO E SORDI

ABITI DA UOMO SU MISURA

LA SARTORIA È ANCORA UN'ARTE: LO SA BENE GIORGIO CHIUSSE CHE DA CINQUE GENERAZIONI PORTA AVANTI QUESTO CREDO

» CHIARA ANDREOLA

In tempi di "fast fashion", parlare di una sartoria che fa abiti da uomo su misura può sembrare qualcosa per pochi appassionati: ma non la pensa così **Giorgio Chiussi**, alla guida dell'attività che porta il nome di famiglia e aperta cinque generazioni fa in via Tiberio Deciani 115 a Udine. «Pochi giorni fa, un cliente che si è sposato nel 2014 con un mio abito ha mandato un amico da me – racconta – perché, a dieci anni da allora, porta ancora quell'abito ed è in ottime condizioni: così l'amico ne voleva uno anche lui. C'è chi mi porta a far modificare capi realizzati da mio nonno». Non quindi un qualcosa solo per una clientela di nicchia: «Certo ci sono tessuti che costano davvero molto, e l'inflazione ha inciso notevolmente – ammette Chiussi –, ma farsi fare un abito di qualità a prezzi ragionevoli è possibile. Possiamo dire che si tratta solo di programmare l'investimento, perché non sarà poi necessario acquistare a breve un altro abito, per quanto più economico. Capi di questo tipo durano una vita».

Ma facciamo un passo indietro. La sartoria Chiussi è stata fondata nel 1868 a Udine da **Luigi Chiussi**, che ebbe commissione da parte dei reali d'Italia di vestire alcuni prefetti e maggiorei del Regno per il matrimonio di Vittorio Emanuele III. La fama della casa crebbe, tanto che il figlio Antonio ebbe fra i suoi clienti Gabriele d'Annunzio. Giorgio, figlio di **Antonio**, vestì importanti famiglie di imprenditori quali Illy, Zanussi, Zoppas, Menazzi Moretti e Stock;

e personaggi della cultura quali Nino Zà, i fratelli Basaldella, Raimondo D'Aronco e Gino Valle. Il figlio **Mario** ha annoverato fra i suoi clienti gli attori Giorgio Albertazzi e Alberto Sordi. E arriviamo così a Giorgio, titolare dal 2011, che vanta un curriculum di tutto rispetto: un'esperienza trentennale con il marchio Hermès, finalista nel 2013 a Who's Next (progetto di Vogue Italia e Pitti Immagine per lo scouting di stilisti di talento) con una sua collezione pret à porter, collaborazioni con altri stilisti e personaggi di fama – tra cui Fausto Puglisi, assieme al quale ha vestito il blogger internazionale Brian Boy, e la direttrice di Vogue Asia Anna dello Russo – e clienti come gli attori Toni Servillo, Stefano Masciolini, Alessandro Tersigni, Stefano De Martino per il suo matrimonio con Belen Rodriguez, l'imprenditore Pietro Ferrari, il giornalista Giordano Bruno Guerri, il produttore cinematografico Philip Weck, il finanziere Mustafà Zart; e finanche una donna, Laura Pausini, che in un'occasione ha indossato un frac di taglio maschile. Nel 2018 la Sartoria Chiussi ha celebrato i 150 anni, e per l'anniversario Giorgio ha realizzato e prodotto la fragranza "Aqua Robinia" a proprio marchio, con l'obiettivo di utilizzarlo per il debutto delle collezioni da lui firmate. Nel 2023, con la prima collezione di scialli a tema "il viaggio", ha avuto inizio una serie di collezioni con specifici temi.

In quanto ai progetti futuri, Chiussi preannuncia anche altre sorprese: «Stiamo per partire con un progetto interamente Made in Friuli. Per ora non posso dire altro, se non che attendo con entusiasmo di essere operativo». Info su sartoriachiussi1868.it



CAFC SPA

WATER UTILITIES DEL NORD EST A CONFRONTO



Una condivisione di conoscenze, esperienze e best practice tra gli attori delle water utilities regionali e nazionali per affrontare con successo le sfide future del servizio idrico integrato focalizzate su tre principali pilastri: digitalizzazione, innovazione e sostenibilità; questo l'oggetto di approfondimento della seconda tappa del "road show" organizzato dalla Rete d'Imprese IWS - Italian Water Tour tenutosi giovedì 29 febbraio a Udine nella sede del CAFC SpA.

A fare gli onori di casa il presidente di CAFC, Salvatore Benigno, "orgoglioso di ospitare questo importante momento di confronto tecnico e analisi del nostro sistema idrico, coinvolgendo professionisti del settore e attori delle water utilities regionali e nazionali". Benigno ha inoltre sottolineato l'importanza di aver adottato pratiche e tecnologie che garantiscano un utilizzo responsabile delle risorse idriche per un impatto ambientale ridotto, enfatizzando il ruolo fondamentale della digitalizzazione e dell'intelligenza artificiale nel migliorare l'efficienza del servizio idrico. Gli effetti del cambiamento climatico impongono, infatti, un sempre più spinto uso consapevole della risorsa idrica ed in questo contesto l'utilizzo delle tecnologie digitali assumerà un ruolo centrale al fine di ridurre le perdite delle infrastrutture idriche in modo predittivo e con maggiore efficienza di quanto fatto sino ad oggi". Il convegno, promosso da Almaviva, B.M. Tecnologie Industriali e 2f Water Venture sotto il patrocinio di Utilitalia e ANEA, in partnership con Community Valore Acqua per l'Italia, The European Ambrosetti e Vodafone Business, ha visto la partecipazione di un composito e qualificato panel di relatori che ha approfondito tematiche cruciali legate alla sostenibilità del comparto idrico tra cui lo sviluppo industriale e la tutela dei territori; il riuso delle acque reflue depurate a scopo irriguo; ma anche l'esperienza dello Smart Water Management System per l'efficientamento delle reti idriche tramite sistemi di gestione intelligente al fine di monitorare ed efficientare le reti e ridurre la dispersione idrica.

"Fondamentali gli investimenti e la collaborazione tra utilities – ha rimarcato Tania Tellini – coordinatrice attività settore Acqua di Utilitalia (Federazione che riunisce aziende operanti nei servizi pubblici dell'Acqua, dell'Ambiente, dell'Energia Elettrica e del Gas) - che per quanto riguarda la gestione della risorsa idrica integrata ha segnato una crescita degli investimenti soprattutto dal 2012 dopo l'avvento della regolazione ARERA e in particolare dopo il 2017 con l'avvento della qualità tecnica, tant'è che dal 2012 si registra + 227% di investimenti pianificati".

OLTRE A PORDENONE È STATO APERTO UNO SPAZIO VENDITA ANCHE A IBIZA

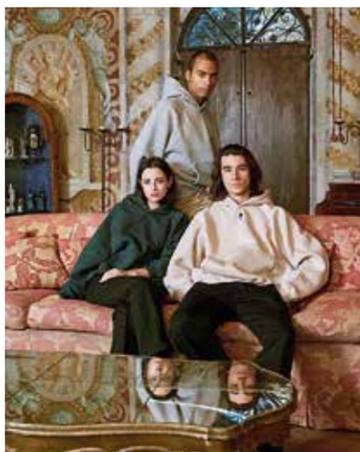
MODA ORIGINALE PER UNDER 30. E NON SOLO

"TIP STREETWEAR" È LA START-UP DI ABBIGLIAMENTO NATA NEL 2021 DALL'INTUIZIONE DI DAVIDE MUSOLLA. I PRIMI BOZZETTI DI FELPE, T-SHIRT E ALTRI CAPI DI QUALITÀ A SOLI 14 ANNI

Due frecce, due triangoli equilateri, uno pieno e uno vuoto e speculari tra loro, a indicare la direzione per distinguersi dalla moda usa e getta e indossare qualcosa di originale. "Tip streetwear" è la start-up di abbigliamento nata nel 2021 dall'intuizione del giovane **Davide Musolla**, classe 2005 e studente al liceo artistico Galvani di Cordenons, che porta oggi avanti il progetto assieme ai fratelli **Matteo** e **Luca**, e alla mamma **Cristiana Madaro**. Felpe, t-shirt e altri capi di qualità, che incontrano i gusti di un pubblico giovane e non, grazie agli ottimi tessuti utilizzati «Davide aveva 14 anni quando ha iniziato a disegnare il logo e ad abbozzare i primi feet di alcuni capi, quasi per gioco abbiamo stampato qualche t-shirt da regalare a parenti e amici – racconta Cristiana Madaro – e con grande sorpresa molte persone hanno cominciato a chiederci dove si potessero acquistare le nostre magliette. Questo ci ha convinto che l'idea di Davide poteva trasformarsi in un vero e proprio progetto imprenditoriale. Oggi l'azienda, in appena due anni e mezzo – prosegue –, è molto strutturata e conta oltre a Davide, direttore creativo, Luca che segue le relazioni pubbliche e Matteo per la parte logistica, altre figure che si occupano di vari aspetti, tra cui la comunicazione, l'internazionalizzazione, in aggiunta a un modellista che affianca Davide nella parte creativa».

La linea è essenziale nelle forme, ma allo stesso tempo ricercata, pensata per chi apprezza la qualità dei materiali e ama vestire con

personalità. «I capi vengono realizzati da aziende esclusivamente italiane che vantano una lunga tradizione nel mondo dell'artigianalità e curano la produzione nei minimi dettagli con finiture sartoriali – spiegano –, rispettando un ciclo di produzione attento alla sostenibilità, lavorativa e dei materiali». Oltre al negozio di Pordenone, il primo brand store monomarca nel centro storico che rappresenta il progetto-pilota per valutare l'opportunità di aprirne altri in punti strategici del territorio nazionale, il marchio si può trovare in corner espositivi di rivenditori multimarca, in Italia e anche all'estero. «Abbiamo delle belle collaborazioni in Friuli Venezia Giulia e in Veneto, dove da poco siamo anche a Jesolo e Padova; riscontriamo anche un interesse molto



forte da parte del mercato estero, sempre attento ai nuovi brand italiani e abbiamo aperto uno spazio vendita a Ibiza - illustra Cristiana Madaro -, senza dimenticare l'e-commerce, che sta funzionando molto bene». Capi giovani, un target medio alto e una qualità che vuole differenziare il marchio dal cosiddetto fast-fashion: «I nostri capi sono diseg-

gnati per un target dai 16 ai 30 anni, ma abbiamo molti clienti di età superiore che li apprezzano e acquistano, soprattutto per la realizzazione che fa davvero la differenza», sono ancora le parole di una delle titolari dell'azienda, che ora si sta per affacciare a mercati quali Corea, Giappone e Serbia, con il supporto di temporary manager e lavora per ampliare la collezione.

Giulia Zanella

SUCCEDE A LUIGI PICCOLI

DUBOLINO NUOVO PRESIDENTE CONFCOOPERATIVE PORDENONE

Con la nomina dei vicepresidenti e dei membri del consiglio di presidenza a marzo si sono concluse le procedure dell'assemblea elettiva di Confcooperative Pordenone, che lo scorso 26 febbraio aveva visto l'elezione del nuovo presidente **Fabio Dubolino** (cooperativa Nuove tecniche, settore turismo-spettacolo) e dei membri del consiglio provinciale. Nella sua prima riunione il consiglio ha ratificato la nomina a vicepresidenti di **Alessandro Leon** (Vivai Cooperativi Rauscedo, settore agricolo), **Sabrina Francescutti** (Coop Casarsa, settore consumo) e **Hanna Genuzio**



Da sinistra, Fabio Dubolino e Luigi Piccoli

IL PRESIDENTE: «I NEOELETTI SAPRANNO TUTELARE E DIFFONDERE I VALORI COOPERATIVI DI SOLIDARIETÀ, RESPONSABILITÀ E PARTECIPAZIONE ATTIVA»

(cooperativa sociale F.A.I., settore sociale). Presidente e vicepresidenti fanno parte del consiglio di presidenza insieme ad **Armando Spagnolo** (Circolo Agrario Friulano), **Laura Bertolin** (Cantina Produttori di Ramuscetto e San Vito), **Alessandro Driussi** (Venchiaredo), **Giuliano Biasin** (Esibirsi), **Roberta Tossutto** (Ortoteatro), **Ilaria Miniutti** (Futura Società Cooperativa Sociale), **Antonella Donadel** (Cooperativa Sociale ACLI), **Paolo Loris Rambaldini** (BCC Pordenonese e Monsile) e **Lino Mian** (Banca 360 Credito Cooperativo FVG). A ratificare i lavori del consiglio il direttore di Confcooperative Pordenone **Marco Bagnariol**.

«Comincia una nuova sfida - ha dichiarato Dubolino - : ripartiamo con slancio ricevendo il testimone dal consiglio provinciale precedente guidato dal presidente Luigi Piccoli, con tanta voglia di rendere sempre più moderna la casa delle cooperative pordenonesi di Confcooperative. I neoeletti, che rappresentano tutti i settori in cui sono attive le nostre cooperative, sapranno tutelare e diffondere i valori

cooperativi di solidarietà, responsabilità e partecipazione attiva. Attraverso l'impegno e la collaborazione puntiamo a favorire un ambiente imprenditoriale sostenibile e inclusivo, contribuendo al progresso economico e sociale del nostro territorio e delle nostre comunità».

Classe 1981 e residente a Porcia, Dubolino è presidente della cooperativa Nuove tecniche, della quale insieme ad altri soci ha sviluppato il settore multimedia. Referente del settore cultura nel consiglio provinciale uscente, ha ricoperto anche gli incarichi di vicepresidente di Confcooperative Pordenone (2016-2019) e vicepresidente vicario (2020-2023). Altre sue esperienze la presidenza dell'ente formativo SoForm e quella di copresidente nazionale del Gruppo giovani di Confcooperative (dal 2016 al 2020). Nell'assemblea elettiva, augurando buon lavoro al successore, **Luigi Piccoli** ha ricordato come il Friuli occidentale abbia un "dna" cooperativo storico e molto forte, elemento che rassicura sul futuro pur nei tempi difficili che si stanno vivendo.

ATTIVA DA TRE GENERAZIONE

JULIA GAS, "ENERGIA" PER LE AZIENDE

L'attenzione al cliente, la cura dei rapporti e la condivisione dei valori, caratterizzano la Julia Gas srl, società leader nel settore dei gas tecnici, con sede legale a Fontanafredda, in provincia di Pordenone. Questa bella realtà aziendale - un affermato gruppo di 3 società che conta circa 80 dipendenti e 8 filiali in tutta Italia - è il frutto di un percorso familiare avviato negli anni Sessanta, oggi guidato da **Marco Franco**.

Fu il nonno **Pietro**, nel 1965, ad aprire il negozio "Tutto per la saldatura" a Maniago. E con l'ingresso della seconda generazione, il timone passa ad **Augusto**, il papà di Marco, che nel 1972 cambia il nome dell'attività che diventa "Saldogas". Ben presto, nel 1987, la guida completa passa a Marco, che da giovanissimo imprenditore - a soli 23 anni - introduce importanti modifiche e ha avviato un nuovo corso introducendo la sua visione e competenza, ampliandosi fino a consolidare un gruppo di 3 società. In particolare: la "Julia Gas", distributore di gas tecnico, industriale, alimentare, medicale, materiali e impianti per saldatura; la "Julia Trans", che si occupa di autotrasporto merci nazionali e internazionali conto terzi, nel rispetto della normativa ADR e trasporti groupage; la "Adriatica Collaudi", che si occupa di Revisione e Collaudo di bombole a pressione con servizio di certificazione ISO 9001:2015, vendita di bombole con loghi personalizzati, impianto di trattamento superficiale 4.0 inoltre, fabbricazione e rivalutazione in TPED di pacchi bombole.

Oltre alle 8 filiali - Spoltore (PE), Teramo e l'Aquila in Abruzzo, Vercelli, Milano, Padova, Cecina (LI), Chieti - il gruppo conta 12 punti vendita GPL (Fontanafredda, Piancavallo, Longarone, Trasaghis, Tavagnacco, Latisana, Caorle, San Vendemiano, Portogruaro, Aquileia, Monfalcone, Grado).

Da qualche anno, hanno fatto il loro ingresso nel gruppo anche le figlie di Marco, Elena (26 anni) per Adriatica Collaudi, Monica (24 anni) per Julia gas.



Il titolare Marco Franco

L'IMPRESA È DISTRIBUTORE DI GAS TECNICO, INDUSTRIALE, ALIMENTARE, MEDICALE, MATERIALI E IMPIANTI PER SALDATURA

La Julia Gas è attiva nello sport e sponsorizza le squadre volley: Julia Gas vis et Virtus di Roveredo, Asd Fuoriclasse Julia Gas Volley Montesilvano. Sostiene inoltre l'atleta Paraolimpica di paraciclismo a livello mondiale Katia Aere (originaria di Spilimbergo) con 2 bronzi nelle Coppe del mondo e 8 nel 2022. Ricordiamo anche il sostegno nel sociale, in particolare tramite "Associazione no profit Pamoya - Insieme per crescere" per progetti di formazione in Tanzania.

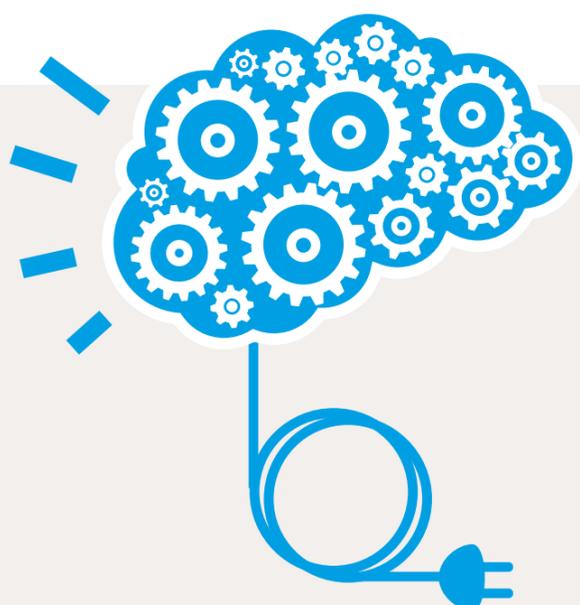
E in cantiere ci sono diversi progetti per il futuro. «Vorremmo portare avanti un progetto di ampliamento - ha anticipato Marco - con l'apertura di nuove filiali in sud Italia e il potenziamento di alcune filiali con il riempimento di gas tecnici completi. Inoltre vorremmo avviare un progetto di e-commerce, con l'attivazione del sito Julia Group».

Mara Bon

MARCHI BREVETTI DISEGNI

DIFENDI L'IDEA, SVILUPPA L'IMPRESA

Consulta gli esperti del Punto Orientamento Proprietà Intellettuale



SEI UN'IMPRESA CHE VUOLE VALORIZZARE E TUTELARE LA PROPRIA IDEA IMPRENDITORIALE?

SEI UN INVENTORE O COMUNQUE VUOI CONOSCERE GLI STRUMENTI PER TUTELARE LE TUE CREAZIONI?

La Camera di commercio fornisce un primo orientamento sugli strumenti di tutela della proprietà intellettuale. Un team di professionisti, esperti in proprietà industriale e iscritti all'ordine è a tua disposizione per rispondere a domande su marchi d'impresa, invenzioni industriali, modelli di utilità, disegni

e modelli (design), software, diritto d'autore, know-how, anticontraffazione e licensing.

Contattaci e prenota il tuo appuntamento.

Il servizio è gratuito.

Regolazione del Mercato

Sede di Udine

tel. 0432 273560

brevetti@pnud.camcom.it

Sede di Pordenone

tel. 0434 381247

regolazione.mercato@pnud.camcom.it

DONNA IMPRENDITRICE/UDINE

FILOFLORA, IL LABORATORIO DELLE ERBE OFFICINALI

Filoflora è il nome del progetto di **Arianna Stocco** che, nei prati intorno a Ugovizza, ha creato una piccola azienda che mette al centro la natura e le piante officinali, creando tisane, prodotti alimentari e di fitocosmesi. Classe 1996, nata e cresciuta a Malborghetto, Arianna ha prima girato l'Europa con la squadra nazionale discipline veloci di sci alpino, e poi ha deciso di fermarsi e cambiare rotta.



Arianna Stocco ha creato il laboratorio Filoflora

«Dopo aver avuto due figli e aver fatto alcuni lavori di ufficio, sentivo il bisogno di dedicarmi a qualcosa in cui mettere le mie passioni: ho sempre amato la montagna, la natura e le erbe e nel 2023, grazie ad alcuni contributi nazionali e regionali, è nata Filoflora».

Ecco che un vecchio terreno di famiglia dedicato allo sfalcio è stato arato, fresato e seminato con un lavoro di preparazione di circa un anno e mezzo: «con l'aiuto di mio marito, della famiglia e di alcuni amici, ho piantumato circa 12 mila piantine officinali e ho trasformato parte del nostro garage nel laboratorio. Coltivo le piante, le raccolgo esclusivamente a mano e cerco di lavorarle il meno possibile per mantenere i principi attivi e garantire un prodotto di alta qualità».

Dal laboratorio Filoflora escono le tisane ad infuso (cinque tisane in miscela e erbe singole) e tre sali da condimento. Poi ci sono le confetture di more e lamponi, lo sciroppo e i cosmetici: «dopo aver essiccato le piante officinali, le consegno ad un laboratorio specializzato con cui elaboriamo le formulazioni per creare creme, unguenti e detergenti». Presto tutti i prodotti Filoflora saranno

acquistabili dal nuovo sito in lavorazione che avrà la sezione per l'e-commerce con spedizioni in tutta Italia.

I progetti di Arianna non si fermano: «ho acquistato un terreno con una baita e una stalla in località Val Rauna sull'alpe di Ugovizza. Lo sto ristrutturando per aprire un alloggio agriturismo: avrà due camere da letto, cucina e bagno per ospitare una famiglia o un gruppo di amici. C'è sempre più richiesta di questo tipo di alloggi per regalarsi una vacanza lontano dal caos. I tempi di realizzazione seguono i ritmi della montagna: essendo a quota 1380 metri, i lavori spesso risentono delle condizioni meteo. Il mio sogno sarebbe finire per l'autunno 2024, altrimenti sarà per la primavera 2025.»

Francesca Gatti

DONNA IMPRENDITRICE/PORDENONE

PIAZZA VITTORIA, IL GIUSTO OUTFIT CON STILE

È il regalo che ha voluto farsi per i suoi 50 anni: un bellissimo negozio di abbigliamento tutto suo in cui dispensare ad ogni donna, di tutte le età, consigli di stile e di eleganza.

«Come per gli artisti, si segue la propria natura, e questo è il lavoro che mi rispecchia appieno», spiega **Francesca Camilot**, che lo scorso



Francesca Camilot

novembre ha inaugurato a Casarsa della Delizia "Piazza Vittoria" in un locale storico che, dopo 50 anni di attività dei precedenti gestori, ha ritrovato nuova linfa.

La passione e l'entusiasmo di Camilot accolgono le clienti, che qui trovano empatia, qualità, soprattutto ampia scelta. «Le coetanee che cercano qualcosa di diverso dallo standard fanno fatica a vestirsi; pensiamo solo al pantalone con l'elastico, così comodo per un fisico che è magari cambiato con l'età. Ciò non significa rinunciare a un proprio stile; suggerisco gli outfit più adatti, dai più casual per il quotidiano e il lavoro a quelli più chic, ma sempre con gusto. Io ad esempio adoro stare comoda, però con stile. Quindi indosso

si la tuta, però magari con la giacca». Come un buon ristorante, insomma, la titolare offre il "menù del giorno" e gli abbinamenti coi vini giusti, per soddisfare tutti i palati, «e non è escluso che un giorno non apra anche all'uomo». Le aziende di Piazza Vittoria sono principalmente italiane, così come i tessuti; media la fascia di prezzo.

Ciò che colpisce di questa bella e sensibile commerciante è la sua resilienza, termine inflazionato, ma che calza perfettamente con la storia di Francesca: questo negozio è infatti il sogno che si avvera. «La vita, che tanto mi ha tolto (la mamma da bambina, la sorella recentemente, tanti punti importanti di riferimento), finalmente mi sta restituendo un po' di felicità. Rimettersi in gioco alla mia età è difficile, però io ci credo e mi impegno, perché a mia figlia voglio dare il buon esempio: e quella una mamma che è caduta e che, superando alcune sfortune, finalmente diventa una donna autonoma, vale più di mille parole».

Rosalba Tello

CAMPAGNA DI INFORMAZIONE

ITS ALTO ADRIATICO "ARRUOLA" LE RAGAZZE

È iniziata l'8 marzo, voluta da Confindustria Alto Adriatico e ITS Alto Adriatico, una capillare campagna di informazione ricca di spunti e testimonianze per



"arruolare" le ragazze nei percorsi formativi tecnico scientifici degli ITS e universitari, «quelli su cui – come spiega il Presidente, **Michelangelo Agrusti** – investiamo da tempo».

Il perché è presto detto: in ambito STEM le ragazze continuano a essere sottorappresentate, in particolare nei campi dell'ingegneria – vi si avvicina solo il 6,6% - e nell'ICT, dove ci si ferma all'1,7%. «Il pregiudizio culturale per cui le ragazze non sono idonee a misurarsi con le nuove tecnologie e la scienza – ha aggiunto Agrusti – ha agito per lungo tempo alla stregua di una barriera che ha impedito loro l'accesso alle nuove professionalità richieste non soltanto dal mondo delle imprese. Noi, quella barriera, vogliamo abbatterla e questa campagna è un contributo concreto che si dipanerà principalmente in ambito digitale. Si protrarrà nel tempo e sarà valorizzata da un intenso dialogo con tutti gli organismi della formazione: studenti, docenti e genitori».

Per **Barbara Comini**, Direttore Generale ITS, «riconoscere e valorizzare le competenze delle ragazze in queste discipline è fondamentale per riuscire a far emergere il potenziale innovativo e contribuire parallelamente a ridurre le disuguaglianze sociali ed economiche». ITS sostiene le giovani che intendono avvicinarsi alle STEM in due modi: lavorando in collaborazione con le scuole superiori del territorio per un orientamento realmente inclusivo e offrendo sostegni reali come l'abbattimento della quota di iscrizione riservata alle ragazze.

In più ITS AA ha inserito nell'offerta di orientamento per le scuole superiori di Friuli Venezia Giulia e Veneto un laboratorio sugli stereotipi di genere «finalizzato a decostruire l'idea che le ragazze abbiano maggiore propensione verso le materie umanistiche». ITS ha previsto anche una capillare presenza dei propri orientatori in istituti a vocazione umanistica «proprio dove – ha chiosato Comini – c'è sempre, a causa degli stereotipi di genere di cui parlavamo, la maggior concentrazione di popolazione femminile».

IL REPORT DEL CENTRO STUDI CCIAA PN-UD

IMPRESE FEMMINILI, PIÙ SOCIETÀ DI CAPITALE

RISPETTO AL 2019 L'AUMENTO È STATO DELL'11%. CRESCONO ANCHE I RUOLI ESECUTIVI

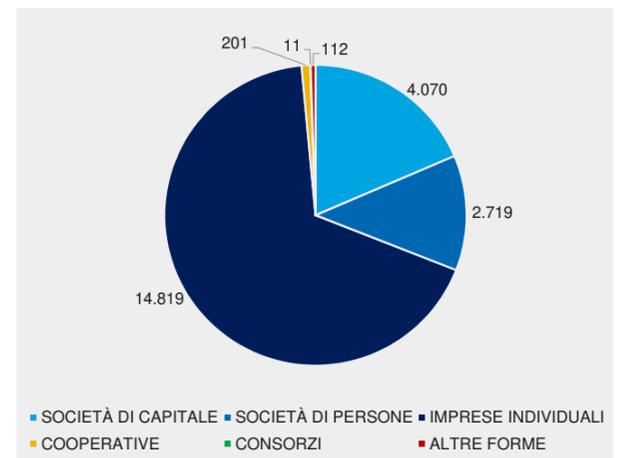
Sono 21.932 le imprese femminili registrate al 31 dicembre 2023 in Friuli Venezia Giulia e sono sostanzialmente stabili, con una lieve flessione (-0,3%) rispetto all'anno precedente. Stabili ma con segno più invece le femminili del Veneto, che con un +0,4% chiudono il 2023 a quota 96.071. In Fvg, comunque, resta più alta la quota percentuale di imprese femminili sul totale: 22,4%, contro una media italiana del 22,2% e al 20,5% in Veneto. Le prime regioni per incidenza di imprese femminili sono il Molise (27,4% del totale), la Basilicata (26,5%), l'Abruzzo (25,4%).

Come ogni anno, in marzo, il Centro studi della Camera di Commercio Pordenone-Udine presenta un report aggiornato sui dati statistici che contraddistinguono l'economia femminile. «Proprio di recente – aggiunge il presidente **Giovanni Da Pozzo** – la nostra giunta ha rinnovato la composizione del Comitato imprenditoriale femminile della Cciao, con 19 componenti che sono imprenditrici di tutti i settori economici. Si rinnova dunque l'impegno camerale per monitorare e promuovere la realtà delle imprese femminili, grazie all'apporto qualificato delle nostre imprenditrici, che si impegneranno a ideare e realizzare iniziative di analisi e supporto dedicato alle donne che già guidano un'impresa e a quelle che vogliono provare a mettersi in proprio».

Guardando ai singoli territori in Fvg, i dati evidenziano che, se pur numericamente molto contenuto, il calo di imprese sia generalizzato in tutte le province, tranne in quella di Trieste, dove invece si registra un saldo positivo. Nel 2023, infatti, al netto del fenomeno delle cancellazioni d'ufficio, il saldo delle imprese femminili è -56 a Udine (-0,5%), -21 a Pordenone (-0,4%), -12 a Gorizia (-0,5%) e +33 a Trieste (+0,9%).

Lo studio prende in esame le imprese femminili definite come "imprese in cui la partecipazione di genere risulta complessivamente superiore al 50%, mediando le composizioni di quote di partecipazione e cariche attribuite".

Natura giuridica. La maggior parte delle imprese femminili registrate in Fvg è di tipo individuale. Questa forma giuridica comprende 14.819 imprese, pari al 67,6% del totale delle femminili registrate (contro una media del 49% se si considerano le imprese non femminili). Seguono le società di capitale (4.070), le società di persone (2.719)



Fonte: Elaborazione Centro Studi Camera di Commercio di Pordenone Udine su dati InfoCamere.

e altre forme giuridiche. Rispetto al 2022, al netto delle cessazioni d'ufficio, crescono le società di capitali (+2,3%, +92 imprese), in calo invece le società di persone (-2,2%, -61), le imprese individuali (-0,6%, -86) così come le restanti forme giuridiche. In Fvg ci sono 4.070 società di capitale femminili registrate, il 15,9% delle società di capitale della regione. Al netto delle cancellazioni d'ufficio, sono in crescita rispetto al 2022 (+2,3%, +92 imprese) e soprattutto rispetto al 2019 (+11,2%).

A livello di ruoli esecutivi detenuti nelle società di capitali, le donne al 31 dicembre 2023 ne possiedono 32.501, di cui il 52,6% come socio o socio di capitale, il 37,5% come amministratore e il 9,8% in altre cariche. I ruoli esecutivi posseduti da donne sono in crescita dell'1,4% rispetto al 2022 (+438). Rispetto al 2019 la crescita è del 2% (+640).

I settori. Quelli in cui si sono creati i maggiori spazi per le nuove imprese femminili sono stati: attività di servizi (il 13,4% delle nuove iscrizioni), commercio (13,3%), servizi di alloggio e ristorazione (7,6%), settore primario (7%). Seguono le attività professionali, scientifiche e tecniche e la manifattura.



A PRATA DI PORDENONE

DALL'ORTO ALLA TAVOLA

ALLO STORIONE LE PROPOSTE SONO A CHILOMETRO ZERO. IL LOCALE È STATO ANCHE INSIGNITO DELL'AMBITA CHIOCCIOLA DELLA GUIDA OSTERIE D'ITALIA

» MARCO BALLICO

Il valore aggiunto, al ristorante Allo Storione, la fanno l'orto e gli animali da cortile privati. Uova, verdure, asparagi, basilico, fagioli e piselli, ma anche galline, maiali, anatre, germani reali e conigli provengono infatti dalle coltivazioni e dagli allevamenti locali a chilometro zero. Siamo nella piazza di Ghirano, frazione di Prata di Pordenone. La storia la racconta **Giacomo**, lo chef. «La nostra è un'azienda di famiglia – spiega –. Nel 1951 mio padre **Plinio Buzzi**, da tutti chiamato Bruno, aprì il locale, condotto con mamma **Maria** e poi gradualmente affidato a me e mia sorella **Elisabetta**. Con i genitori condividiamo passione per il mestiere e attenzione per l'ospitalità».

In sala c'è **Luisa**, la moglie di Giacomo. Ma nel lavoro si è inserito anche il figlio **Pietro**, che aiuta papà in cucina. Sono i protagonisti di una proposta premiata da un paio d'anni con l'ambita Chiocciola della guida Osterie d'Italia. Giacomo è pure cuoco dell'Alleanza Slow Food, un patto stretto fra chef e piccoli produttori per promuovere i cibi del territorio e salvare la biodiversità. Ecco che in tavola spuntano, tra l'altro, la cipolla di Cavasso, il formaggio delle latterie turnarie di Buja, la pitina, il Pestà di Fagagna, l'aglio di Resia, il Pan di sorc, il Formadi frant impiegato per valorizzare i cjalsons alle erbe, la Rosa di Gorizia. «Ma usiamo anche prodotti che non sono presidi, ma che hanno comunque la qualità per entrare nel menù: penso al Figomoro di Caneva e all'agnello d'Alpago», fa sapere Giacomo.

LO CHEF, GIACOMO BUZZI, FA PARTE DELL'ALLEANZA SLOW FOOD, UN PATTO STRETTO FRA CUOCHI E PICCOLI PRODUTTORI PER PROMUOVERE I CIBI DEL TERRITORIO E SALVARE LA BIODIVERSITÀ

In cucina, dunque, c'è un pensiero che viene poi trasferito nel piatto. Dalle torte salate alle frittate, dalle paste fresche al ragù di agnello ai gnocchetti alle erbe. Fino ai secondi di selvaggina di piuma e di pelo, a seconda della stagione: d'inverno sarà possibile gustare capriolo, cinghiale e lepre oltre che brasati e gulash; d'estate fagiano, alzavola e germano reale. Non mancano, quando il mercato lo consente, lo storione e pesci d'acqua dolce. Chiusura con i dolci fatti in casa. Il tutto accompagnato da etichette friulane, ma anche di fuori regione.

Allo Storione (turno di chiusura domenica sera e lunedì) serve una cinquantina di coperti alla carta, ma in caso di eventi e cerimonie si può salire anche a numeri superiori.

IN VIA PELLICCERIE A UDINE

"P911", IL NUOVO COCKTAIL BAR



Federico Casarin

La passione per l'iconico modello della Porsche, la 911, un'auto sportiva uscita per la prima volta nel 1963 e tuttora in produzione, ha ispirato **Federico Casarin** e la sua famiglia nella scelta del nome del loro nuovo locale. Infatti, "P911" è il cocktail bar aperto a Udine (in via Pelliccerie 10/A), nel dicembre scorso.

«È la mia prima esperienza in questo settore – spiega Federico, classe 1997 e una laurea in economia in tasca – e mi sto convincendo che

si tratta di una vera e propria sfida personale e professionale».

Il bar, che già esisteva, è stato completamente rinnovato con gradevoli tocchi di design e molto legno. "P911" si sviluppa su due piani (la "taverna" è ancora in sistemazione) e dispone di una cinquantina di sedute tra interno ed esterno, sempre affollate da una clientela soprattutto giovane, in particolare nelle serate del sabato quando i Dj invitati propongono la loro musica.

Per ora la selezione dei vini è organizzata su una quarantina di etichette (regionali e oltre), con probabili integrazioni nei prossimi mesi. In mancanza della cucina, il rosso o il bianco serviti possono essere accompagnati dalle tartine, cicchetti, toast della lista ricca di materie prime (salumi e formaggi) scelte con cura, provenienti dal territorio e comprendenti pure il prosciutto di San Daniele Dop. Ma il pezzo forte dell'offerta di Federico e dello staff del bar sono i cocktail: una decina in lista. Su tutti, spiccano l'originale (e buono) Sour (whisky, succo di lime, top di vino rosso) e il Sounrise (vodka, Aperol, sciroppo al passion fruit, succo di lime, succo di ananas). La primavera porterà delle novità, secondo Federico, compreso l'ampliamento dell'orario con la possibilità pure di gustare dei pranzi veloci, ma sempre ben curati.

Per ora, con la chiusura del lunedì, il "P911" rispetta i seguenti orari: dal martedì al venerdì, dalle ore 18.00 alle 2.00; il sabato e la domenica, dalle 11.30 alle 14.30 e dalle 17.30 alle 23.00. Info: 0432 1792547.

Adriano Del Fabro

IL NUOVO BIRRIFICIO

WILD RACCOON, SPERIMENTAZIONE E BEVIBILITÀ



Come già anticipato sullo scorso numero, c'è novità sulla scena birraria udinese: è il birrificio Wild Raccoon, che ha messo in commercio le sue prime cote a inizio 2024. A guidarlo è **Filip Lozinski**, tecnologo alimentare e homebrewer, che ha puntato molto sul controllo delle materie prime di partenza, sul

mantenimento della catena del freddo, e sugli investimenti in tecnologia e controllo qualità: lo stabilimento conta infatti un laboratorio interno, una sala cotta appositamente studiata per Wild Raccoon, e un luppolatore sempre su progetto specifico in arrivo. Nel creare le sue birre, Filip ha una forte propensione alla sperimentazione; tuttavia afferma di volersi attenere agli stili ufficialmente riconosciuti, con un approccio che tenga insieme originalità e facilità di beva: "Se vuoi sperimentare, devi avere ben chiaro qual è il tuo punto di riferimento – spiega –: altrimenti otterrai solo una birra strana, ma non necessariamente ben costruita".

Esemplificativa in questo senso è la "Dolci on fire", una pastry sour (ossia una birra acida ma dolce al tempo stesso) all'albicocca, che dopo leggere tonalità lattiche all'aroma lascia spazio in bocca ad una dolcezza fruttata non stucchevole né persistente. Ma sulla stessa linea di sperimentazione e bevibilità sono la "Reality is boring", una New Zealand Pale Lager, che ad una base semplice unisce il Phantasm (ricavato dalle bucce di Sauvignon Blanc neozelandese e utilizzato al posto del luppolo); o la Session Neipa "Crush on you", dagli aromi tropicali intensi ma non invasivi.

Wild Raccoon ha debuttato al Beer&Food Attraction di Rimini, la maggiore fiera del settore, lo scorso febbraio; e tra gli addetti ai lavori ha raccolto consensi come giovane realtà promettente. Il birrificio si trova a Udine in via Decani di Cussignacco, 11. Info su www.wildraccoon.it e sulle pagine Facebook e Instagram. Tel 3342817423

Chiara Andreola

RAPPRESENTATI TUTTI I SETTORI ECONOMICI

IMPRENDITORIA FEMMINILE, RINNOVO DEL COMITATO

DOMANI A CODROIPO SI RIUNIRANNO LE NUOVE 19 COMPONENTI. ALL'ORDINE DEL GIORNO LA NOMINA DI PRESIDENTE E VICE PRESIDENTE

Il Comitato imprenditoria femminile è l'organo che la giunta della Camera di Commercio Pordenone-Udine, in linea con le direttive Unioncamere, ha voluto fin dall'inizio del primo mandato per realizzare iniziative di sensibilizzazione, promozione e supporto, dedicate alle imprese guidate da donne o aspiranti tali e più in generale promuovere l'economia femminile che, come abbiamo scritto anche in queste pagine di UPIEconomia, «in Fvg, pur se c'è ancora tanta strada da fare, vede una percentuale più elevata di imprese rispetto alla media nazionale, così come c'è un gap sensibilmente inferiore rispetto all'Italia tra uomini e donne anche dal punto di vista del mercato del lavoro, con una più elevata occupazione e con una inferiore disoccupazione femminile», rileva il presidente **Giovanni Da Pozzo**, citando i dati elaborati dal Centro Studi Cciao Pn-Ud. Proprio sul mercato del lavoro, l'ultimo report ci dice che «il tasso di occupazione femminile è del 61,9% e supera di 10,8 punti percentuali quello medio italiano – riporta il presidente – e quello di disoccupazione femminile è pari a 6,6%, più basso di 2,8 punti rispetto a quello medio italiano».

Il rinnovo del Comitato vede 19 componenti, di entrambi i territori e di tutti i settori economici, che si riuniranno proprio domani a Codroipo nella prima seduta ufficiale dalla nomina, seduta in cui nomineranno presidente e vicepresidente. Ecco i nomi e i comparti economici di provenienza: per il settore agricoltura **Marilina**

Ongaro ed **Elena Tavano**, per l'artigianato **Cecile Vandenheede** e **Maria Luisa Bergamasco**, per l'industria **Alberta Avanzini**, **Raffaella De Sabbata** e **Francesca Cancellier**, per il commercio **Renata Lirussi**, per il turismo **Elisa Martin**, per le cooperative **Laura Bertolin** e **Stefania Marcoccio**, per trasporti e spedizioni **Cecilia Durisolto** ed **Elena Buttazzoni**, per credito e assicurazioni **Sonia Faion**, per i servizi alle imprese **Laura Mariotti** ed **Elisa Stella**, per le organizzazioni sindacali **Michela Martin**, per le associazioni di tutela dei consumatori e degli utenti **Renata Della Ricca** e per i liberi professionisti **Marina Giorgi**.

Il Comitato resta in carica fino alla scadenza degli attuali organi camerali.

In Fvg nel 2022 gli occupati sono 520.517, di cui 289.775 sono uomini e 230.742 sono donne. Del totale, 416.011 occupati sono a tempo pieno e 104.506 invece a tempo parziale. Su un totale di 104.506 occupati a tempo parziale, 81.382 sono donne, ossia il 77,9%. Questa percentuale per gli uomini è invece pari al 22,1%. Nel settore del commercio, alberghi e ristoranti il 53,2% degli occupati è donna, nelle altre attività di servizi il 55,7%. Le donne sono invece meno presenti nei settori dell'industria (25,4% del totale di uomini più donne), nel primario (23,8%) e nelle costruzioni (14,3%, la presenza femminile in questo settore è in significativa crescita rispetto all'8,1% dell'anno precedente).

"LA TUA IDEA DIVENTA BUSINESS"

L'ART DIRECTOR SU MISURA

Si chiama **Arianna Balloch** ed è una giovane art director indipendente. Ha partecipato alla terza edizione del corso della Camera di Commercio di Pordenone-Udine "La tua idea diventa business" e, grazie agli strumenti per i professionisti presentati durante le lezioni, è riuscita a valorizzare la sua attività. Oggi Arianna si occupa in modo continuativo di direzione creativa, grafica cartacea e web, styling e set design per agenzie e piccole e medie aziende.



Arianna Balloch

Da dove nasce l'idea di aprire un'attività in proprio?

«Sono da sempre appassionata di comunicazione e architettura. Dopo anni di esperienza in agenzia, sentivo il bisogno di intraprendere dei progetti in maniera più personale e coerente al mio modo di essere. Desideravo avere la libertà e la flessibilità che solo il lavoro autonomo può offrire, sia in termini di tempo che di scelte professionali. Avviando

una mia attività d'impresa ho potuto dare finalmente spazio alla ricerca e alla creatività di qualità. Oggi collaboro in maniera indipendente con degli studi grafici nonché con aziende di medio-piccole dimensioni, soprattutto nei settori arredo, design e culturale. Mi occupo di direzione creativa, di grafica cartacea e web, ma anche di styling e set design. La mia cifra stilistica è minimale, ordinata e concreta; ma come ogni abile artigiano so interpretare il prodotto su misura per il cliente senza perdere l'identità di entrambi. Ho anche un sito dove presento la mia attività: ariannaballoch.it».

Perché si è iscritta al Corso della CCAA di PN-UD? Quali competenze ha acquisito? Le sono state utili per aprire la sua attività?

«Consultando il sito della Camera di Commercio ho trovato questo corso e ho deciso di iscrivermi con curiosità. Mi ha fornito le basi per comprendere e applicare strumenti chiave per la pianificazione aziendale, come il Business Model Canvas e il Business Plan. Grazie a questi strumenti ho potuto definire meglio la mia proposta di valore e individuare il target di riferimento più adatto alle mie capacità e aspettative. Oltre alla teoria, il corso ha offerto una parte pratica molto utile, che mi ha permesso di approfondire anche gli aspetti fiscali e burocratici dell'attività. Ho avuto l'opportunità di confrontarmi con altri aspiranti imprenditori e con la docente Mara Marcat, che si è dimostrata molto competente e disponibile a fornire supporto e consigli personalizzati».

Consiglierebbe il corso ad altri potenziali neo-imprenditori?

«La mia esperienza è stata positiva e mi sento di consigliarla a chi ha un sogno nel cassetto ma è spaventato dal fare il primo passo: il coraggio, la determinazione e la formazione possono fare la differenza, a qualunque età».

Giada Marangone

OCCUPAZIONE PER GENERE A TEMPO PIENO E A TEMPO PARZIALE IN FRIULI VENEZIA GIULIA, ANNO 2022

	UOMINI	DONNE	TOTALE	% DONNE
TEMPO PIENO	266.651	149.360	416.011	35,9%
TEMPO PARZIALE	23.123	81.382	104.506	77,9%
TOTALE	289.775	230.742	520.517	44,3%

Nella tabella sono presenti i dati relativi agli occupati in Friuli Venezia Giulia nell'anno 2022 per genere e per tipologia contrattuale.

Gli occupati in Friuli Venezia Giulia nel 2022 sono 520.517, di cui 289.775 sono uomini e 230.742 sono donne. 416.011 occupati sono a tempo pieno e 104.506 invece a tempo parziale.

Su un totale di 104.506 occupati a tempo parziale, 81.382 sono donne, ossia il 77,9%. Questa percentuale per gli uomini è invece pari al 22,1%.

Fonte: Elaborazione Centro Studi Camera di Commercio di Pordenone Udine su dati ISTAT

FORMAZIONE INVESTIRE IN PROFESSIONALITÀ



CORSI FINANZIATI

GESTIRE CON EFFICACIA IL PROPRIO RUOLO NEI SERVIZI AL CLIENTE

Durata: 6 ore

DAL GLOBAL AL LOCAL MARKETING

Durata: 6 ore

MENU ENGINEERING

Durata: 6 ore

CORSI PID

I VIDEO NELLA COMUNICAZIONE SOCIAL E WEB

Durata: 9 ore

REALIZZARE UN PROGETTO DI STORYTELLING

Durata: 12 ore

CORSI FINANZIATI



ITALIANO C2 PER STRANIERI

Durata: 40 ore

LINGUA STRANIERA - TEDESCO A1

Durata: 60 ore

TECNICHE DI AMMINISTRAZIONE OPERAZIONI CON L'ESTERO

Durata: 32 ore

TUTELARE LA PRIVACY E LA SICUREZZA DIGITALE

Durata: 20 ore

UTILIZZARE IL FOGLIO DI CALCOLO

Durata: 30 ore

TECNICHE BASE DI CONTABILITÀ

Durata: 250 ore

LINGUA STRANIERA - FRANCESE

Durata: 40 ore

TECNICHE DI REDAZIONE DEL BILANCIO D'ESERCIZIO

Durata: 80 ore

TECNICHE DI REDAZIONE DEL BILANCIO SOCIALE

Durata: 20 ore

TECNICHE PAGHE E CONTRIBUTI

Durata: 250 ore



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

Ci trovi a PORDENONE
TEF S.c.r.l.
tel. 0434 381602
formazione.pn@pnud.camcom.it

Ci trovi a UDINE
TEF S.c.r.l.
tel. 0432 273245
formazione.ud@pnud.camcom.it
facebook: @cciaaudformazione

UNA SERIE DI INCONTRI SUL TEMA

GIRO DI VITE SU CAPORALATO E LAVORO NERO

GLI INCREMENTI DEGLI INCIDENTI SUL LAVORO HANNO FATTO ALZARE LA GUARDIA. IMPRENDITORI E FORMATORI INSIEME PER CANCELLARE LA PIAGA

Giro di vite su caporalato e lavoro nero: lo ha annunciato nei giorni scorsi il Vicepresidente di Camera di Commercio di Pordenone – Udine, **Michelangelo Agrusti**. «Non sono cose che riguardano solo il Sud del Paese» ha spiegato precisando che «i nostri imprenditori sono straordinariamente virtuosi ma non ci si può esimere dal ricordare che l'eccesso di domanda innescatisi ai tempi del bonus edilizio ha dato luogo ad arruolamenti di manodopera priva di formazione. Causando purtroppo un incremento degli incidenti sul lavoro». E proprio su questa tematica era organizzato l'incontro organizzato da Confindustria Alto Adriatico – di cui Agrusti è Presidente – ed ESMEPS, l'Ente Scuola Maestranze Edili Prevenzione e Sicurezza di Pordenone a conclusione del secondo anno della Scuola della Sicurezza dedicato alla analisi delle tecnologie di più recente concezione applicabili per evitare la caduta dall'alto, una delle forme di infortunio maggiormente diffuse.



L'incontro organizzato da Confindustria Alto Adriatico – di cui Agrusti è Presidente – ed ESMEPS, l'Ente Scuola Maestranze Edili Prevenzione e Sicurezza di Pordenone

ma sappiamo che la perfezione non esiste. Quindi, possiamo auspicare a una rapida riduzione del fenomeno avvalendoci da un lato della tecnologia e, dall'altro, della formazione permanente. Col prezioso aiuto dei responsabili della sicurezza affinché governino certi processi con intransigenza e degli imprenditori stessi, affinché comprendano con chiarezza il peso delle conseguenze di ciò che può avvenire dentro le aziende». Il Presidente di CAA ha ricordato anche la Carta di Lorenzo sottolineando che l'Associazione è stata tra le prime a sottoscriverla facendola diventare il suo "undicesimo comandamento". L'impegno, quindi, è massimo. «Però – ha ammonito Agrusti – esistono procedure di sicurezza dalle quali non ci si può sottrarre e chi lo fa deve essere sanzionato. Se vai a 180 all'ora per strada ti danno la multa». L'attività della Scuola, dopo alcune positive esperienze sperimentali avvenute nei mesi scorsi all'ITST J.F. Kennedy di Pordenone e all'ISIS Carniello di Brugnera, sarà dedicata proprio alla formazione degli studenti degli Istituti superiori. A partire da marzo e per i prossimi due mesi, infatti, come ha spiegato il Direttore operativo di CAA, **Giuseppe Del Col**, gli insegnanti della Scuola saranno impegnati in una ventina di incontri in tutto il territorio regionale con studenti e docenti delle superiori per un approfondimento sui temi comportamentali collegati alla prevenzione infortuni nell'ambito di un progetto formativo in partnership con Regione e INAIL in cui è stata inserita la Carta di Lorenzo – così come descritto dagli stessi genitori in un incontro avvenuto nella sede cittadina della CCIAA di Pordenone – Udine lo scorso maggio.



«Questa Scuola – ha detto Agrusti – è nata dopo la morte di Marco Celant, il trentottenne deceduto nel 2021 a causa di un infortunio in un'azienda metalmeccanica del Sanvitese. Quell'episodio ci colpì molto; tutte le morti sul lavoro colpiscono, sono tragedia e fallimento. Ci siamo interrogati su cosa avremmo potuto o dovuto fare per scongiurare la tragedia. Ed abbiamo dato vita alla Scuola assieme agli altri partner. L'obiettivo è che questa piaga possa estinguersi

ENAIIP E MUSEO GORTANI

SCARPÈTS, 22 DIPLOMI

«Scarpetta leggera per il piede, tanto affaticato, dei nostri avi. Leggero perché il carico della gerla è troppo pesante; cucito, ricamato e appuntato perché anche nella fatica ci dev'essere un sorriso vivace e la bellezza del sapore di casa. Sullo "scarpet" ha camminato per secoli e secoli l'anima carnica». Questo è lo "scarpet" descritto nei versi del famoso poeta Domenico Zannier, che restituiscono perfettamente l'anima di questa calzatura. Anima e manifattura dello scarpet che saranno tramandate anche dai neodiplomati del primo corso di "Tecniche di confezionamento artigianale di calzature" curato da Enaip FVG e dal Museo Gortani di Tolmezzo che si è concluso con gli esami e la consegna dei diplomi.

Tutti i ventidue partecipanti al corso (selezionati tra oltre 150 manifestazioni di interesse pervenute) hanno portato a termine il percorso formativo e conseguito il diploma. La formazione ha impegnato i corsisti per 90 ore di cui più della metà sono state dedicate alle attività laboratoriali, volte ad acquisire le competenze necessarie per la realizzazione artigianale degli Scarpèts.

Il corso - inserito nella formazione a catalogo professionalizzante finanziata dal Fondo Sociale Europeo Plus FSE+ 2021/2027 nell'ambito del Programma regionale Piano di Azione Zonale per l'Apprendimento (PiAZZA) - è una delle azioni strategiche di "Scarpèts. I scarpèts de Cjargne" il progetto di tutela del patrimonio culturale per la valorizzazione della tradizione artigianale e del territorio, la formazione e lo sviluppo di nuova imprenditorialità.

IL SERVIZIO

CERTIFICATI DI ORIGINE, SI STAMPANO IN AZIENDA

Semplice come un foglio bianco A4. Con "Stampa in azienda" è possibile stampare i certificati di origine direttamente nel proprio ufficio e senza utilizzare i formulari prestampati, rendendo agevole e veloce la procedura di emissione. La Camera di Commercio ha adottato con successo questa opportunità di semplificazione per le imprese esportatrici: la stampa avviene direttamente su foglio A4, con l'eliminazione della possibilità di errori in fase di stampa sui formulari, in cui era possibile incorrere – e con la conseguente riduzione dei costi e tempi aziendali per il ritiro dei formulari stessi o di copie in caso di stampa errata.

Accedere a questa opportunità è semplicissimo: basta compilare la domanda di adesione al servizio e inoltrarla alla Pec camerale commercioestero@pec.pnud.camcom.it, in modo da ottenere dall'ente la conferma dell'attivazione e poter ricevere sulla propria Pec i certificati richiesti con il portale Cert'0.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Partecipa alle attività della "Rete Enterprise Europe Network", cofinanziata dall'Unione Europea: molteplici occasioni per fare business e svilupparlo!
TEF e Promos Italia
sono i tuoi riferimenti sul territorio

PORDENONE – TEF
internazionalizzazione.pn@pnud.camcom.it
TEF sovrintende il "Centro Regionale della Subfornitura del Friuli Venezia Giulia" e il progetto "Pordenone With Love"

UDINE – PROMOS ITALIA
udine@promositalia.camcom.it
Promos Italia ha sede ad Udine ed è la struttura nazionale del sistema camerale a supporto dell'internazionalizzazione, con diverse proposte anche declinate sul digit export

WWW.PNUD.CAMCOM.IT
Tutte le iniziative sempre aggiornate sul sito camerale. Le imprese continueranno a rivolgersi agli uffici camerale della sede territorialmente competente.



**SEGUICI SUI SOCIAL
E ISCRIVITI ALLE NOSTRE
NEWSLETTER!**

EXPORT FLYING DESK - INCONTRO PERSONALIZZATO CON ESPERTI ICE

Rivolgiti allo sportello "Export Flying Desk" presso la tua sede di riferimento e prenota un appuntamento "in remoto" collegandoti a <https://www.ice.it/it/export-flying-desk>.

DAL 22 AL 26 APRILE

SUBFORNITURA PROTAGONISTA AD HANNOVER

Circa 500 imprese aderenti al Centro della Subfornitura Regionale, prima dipartimento di ConCentro ed ora di TEF, la società consortile unica per le attività di promozione (e non solo) della Cciao di Pordenone-Udine, hanno partecipato negli ultimi 30 anni, coordinate dal nostro personale alla fiera di Hannover, la più importante del mondo di settore. Un traguardo – e un compleanno speciali - che saranno festeggiati dagli stessi organizzatori della kermesse al termine dell'edizione 2024, in programma dal 22 al 26 aprile prossimi. Lo scorso anno le imprese della collettiva friulana si sono distinte per capacità, competitività e innovazione tecnologica all'interno di un contenitore che non è più come un tempo "solo" una vetrina commerciale poiché l'apporto della rete, hanno detto gli organizzatori, costituisce un valido strumento di promozione; è infatti divenuta prezioso terreno di conoscenza, interscambio e confronto tecnologico - e di consolidamento dei rapporti - con partner storici provenienti da tutto il mondo.



Rete che è il risultato dell'affiancamento e del supporto fornito principalmente alle micro-piccole imprese che ancora non dispongono al loro interno di una struttura commerciale completamente internazionalizzata o a quelle che, pur essendo strutturate, ritengono che la partecipazione con il supporto del Centro Regionale della Subfornitura del FVG, consenta una maggiore visibilità in fiera soprattutto ai primi anni di partecipazione». Sei le imprese presenti quest'anno: nell'area collettiva Latofres Srl, F.lli Nordio Srl, Brovedani Group Spa, Fonderia Piccini Srl, Realcable Srl (tutte del Pordenonese), HPG Srl e Lumiei (entrambe di Udine). Nel corner condiviso troverà invece spazio Flextronics (TS).

A testimonianza dell'elevato standing della nostra rappresentanza industriale, la visita allo stand del Friuli Venezia Giulia, lo scorso anno, dell'ambasciatore d'Italia in Germania, Armando Varricchio, il quale, insieme al direttore dell'ufficio ICE di Berlino, Francesco Alfonsi, oltretutto complimentarsi, ha accolto le osservazioni degli imprenditori sull'andamento della fiera e le prospettive di mercato a livello internazionale del comparto della subfornitura meccanica. Ne riferiremo ampiamente con uno speciale sul prossimo numero di UP!

PROGETTO ISNART

LA TOURISM LAB ACADEMY

Tourism Lab Academy è un laboratorio per l'aggiornamento professionale che mira alla crescita della cultura d'impresa. È progettato da Isnart, ente del sistema camerale specializzato nel supporto all'iniziativa imprenditoriale nel turismo, in partenariato con Universitas Mercatorum, l'università telematica delle Camere di Commercio italiane. La Tourism Lab Academy è infatti rivolta ai titolari e alle figure apicali delle aziende turistiche e prevede una serie di videolezioni sulle tematiche di sostenibilità ed efficientamento energetico, budgeting, controllo di gestione e dei costi, comunicazione e accoglienza professionale.

IL CORSO PREVEDE UNA SERIE DI VIDEOLEZIONI SULLE TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ ED EFFICIENTAMENTO ENERGETICO, BUDGETING, CONTROLLO DI GESTIONE E DEI COSTI, COMUNICAZIONE E ACCOGLIENZA PROFESSIONALE

Il corso garantisce l'opportunità di acquisire una formazione di qualità, asseverata dal tenore accademico, e per di più a costo zero per le imprese. Le lezioni vertono su tematiche di immediata applicabilità nel contesto lavorativo e l'esperienza formativa, con una frequenza flessibile e una piattaforma accessibile, facilitano l'apprendimento a misura di singolo partecipante, in quanto è possibile fruirne in qualsiasi momento della giornata e con qualsiasi dispositivo. Nel "pacchetto" proposto, non c'è un numero minimo di tematiche o lezioni da seguire e possono registrarsi al corso anche più figure di una stessa azienda.

Un attestato di partecipazione sarà rilasciato a coloro che avranno partecipato all'80% delle lezioni. È possibile iscriversi alla Tourism Lab Academy fino al 30 marzo e seguire le video lezioni fino al 31 maggio 2024. Tutte le info e le adesioni si possono effettuare tramite il sito della Camera di Commercio Pordenone-Udine, www.pnud.camcom.it.



PUNTO IMPRESA DIGITALE

ORIENTAMENTO GRATUITO CON UN ENERGY MANAGER

La Camera di commercio di Pordenone-Udine, con il suo Punto Impresa Digitale, mette a disposizione delle aziende un servizio di orientamento gratuito, online (tramite Google Meet) o in presenza (nelle due sedi di Pordenone e Udine) con un esperto Energy Manager, con cui le imprese del territorio possono confrontarsi per avere suggerimenti e ottenere l'analisi della fattibilità economica e tecnica delle iniziative legate all'energia rinnovabile.

L'opportunità è aperta a tutti ed è stata presentata in particolare alle imprese che ieri hanno preso parte al webinar sulle Comunità energetiche rinnovabili (Cer) organizzato dalla Cciao in collaborazione con Dintec. L'incontro con l'Energy manager aiuta l'imprenditore anche a individuare opportunità di collaborazione con altre imprese e realtà del territorio, per mettere in campo progetti condivisi.

Per informazioni e prenotare l'appuntamento (che dura circa 45 minuti) è sempre possibile consultare il sito www.pnud.camcom.it/ambiente e scrivere a pid@pnud.camcom.it.

EXCELSIOR-UNIONCAMERE

UN'IMPRESA SU DUE NON TROVA I PROFILI LAVORATIVI

Sono 9.290 le entrate previste dalle imprese Fvg a marzo e 29.360 nel trimestre marzo-maggio, secondo il più recente bollettino Excelsior-Unioncamere, diffuso da Unioncamere ed elaborato per la regione dal Centro Studi della Camera di Commercio Pordenone-Udine.

«Sono le figure specializzate a essere più richieste e, spesso, con elevata difficoltà di reperimento», commenta il presidente camerale **Giovanni Da Pozzo**, rilevando come le richieste arriveranno «per il 65% nel comparto dei servizi, sempre trainante».

In 57 casi su 100 le imprese Fvg prevedono difficoltà a trovare i profili desiderati. Sono 1.380 in maggio le necessità di esercenti e addetti nelle attività di ristorazione, per il 59,7% di difficile reperimento. Di difficile reperimento anche le professioni qualificate nei servizi sanitari e sociali (66,7% di difficoltà). Nell'industria, dei 3.020 operai specializzati e conduttori di impianti e macchine, risulta di difficile reperimento il 68,3%.

NEWS CCIAA

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

Ci trovi a
PORDENONE
Corso Vittorio Emanuele II,47
tel. 0434 3811
urp@pnud.camcom.it

Ci trovi a
UDINE
Piazza Venerio, 5
tel. 0432 273111
urp@pnud.camcom.it

ORARI APERTURA AL PUBBLICO
Da lunedì a venerdì, 08:30-12:30
Carburanti:

da lunedì a venerdì 08:30-12:30
lunedì, martedì, giovedì 14:30-16:30
Gli uffici ricevono **SOLO SU APPUNTAMENTO**, da prenotare online per i servizi per cui è prevista tale modalità, con mail agli uffici per gli altri.



COMUNITÀ ENERGETICHE RINNOVABILI (CER)
Partecipa alla produzione di energia rinnovabile e chiedi una consulenza gratuita con l'esperto Energy Manager

VETRINA DI PORDENONE WITH LOVE
Termine iscrizione II edizione: 05 aprile

SERVIZIO DI SICUREZZA INFORMATICA GRATUITO
Erogazione gratuita riservata alle prime 30 imprese

PID ACADEMY
La piattaforma dedicata al digitale, alle tecnologie 4.0 e all'innovazione d'impresa

TRASFORMAZIONE DIGITALE NELLE IMPRESE
Termine presentazione domande sovvenzioni: 30 aprile

CRISI D'IMPRESA E COMPOSIZIONE NEGOZIATA
Scopri la piattaforma nazionale per l'impresa in difficoltà

MODELLO UNICO DI DICHIARAZIONE AMBIENTALE
Termine presentazione MUD 2024: lunedì 01 luglio



SEI UN'IMPRESA TURISTICA? FAI VEDERE CHI SEI!
Entra a far parte dell'**Hub Digitale del Turismo** e troverai soluzioni e iniziative dedicate al tuo lavoro, con servizi di supporto per acquisire nuove competenze e comunicare al meglio la tua attività, valorizzare il tuo business, perfezionare la tua offerta

STUDI STATISTICA E PREZZI

INDICI FOI SENZA TABACCHI
Diffusione il 16 aprile (dalle 13:00)

REPORT ECONOMICO STATISTICO
Aggiornamento mensile sulla situazione regionale

PREZZI PRODOTTI PETROLIFERI
Diffusione quindicinale

PREZZI PRODOTTI RILEVANTI
Rilevazioni settimanali

LISTINO DEI PREZZI ALL'INGROSSO
Rilevazioni mensili

OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL FVG
Diffusione quadrimestrale

EXCELSIOR INFORMA
Rilevazioni mensili dei fabbisogni occupazionali delle imprese

Vuoi ricevere notizie su eventi, nuove iniziative, adempimenti, contributi, progetti della Camera di commercio?
SEGUICI SUI CANALI FACEBOOK, YOUTUBE, LINKEDIN E INSTAGRAM E ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER!

