



Registrazione Tribunale di Udine n. 7 del 18 Febbraio 1984

Spedizione in Abbonamento Postale - 45% - art. 2 comma 20/b legge 662/96 Filiale di Udine

Taxe percue - Tassa riscossa 33100 Udine - Italy Pubblicità inferiore al 70%

Per la pubblicità rivolgersi a: EURONEWS Telefono 0432-512270 - 0432-292399 - 0432-202813



UDINE

Batte l'ora dell'innovazione

alle pagine 20 e 21



Il capitale invisibile

di Sandro Comini

Apparteniamo a un Paese che, come sappiamo, è appena un po' più competitivo del Botswana. Un Paese che l'Economist paragona a Venezia: un tempo potenza economica e politica mondiale, ora ridotta a Veniceland, baraccone turistico. Un Paese che Time, la presti-

giosa rivista Usa, vede ormai al crepuscolo ("Twilight in Italy", titola una sua inchiesta di due settimane fa). Un Paese dove crescere a sorpresa dello zero virgola uno, anziché dello zero virgola zero, è considerato una svolta epocale.

(segue a pagina 2)

REGIONE

Turismo con guru



a pagina 3

UDINE

Il centro piange



a pagina 16



RONCHI

Troppe ombre sull'aeroporto

a pagina 18



CICLOVIE

Viaggiare con lentezza

a pagina 23

ATTUALITÀ



Servizi più efficienti ma omologati: è calata l'attenzione alla specificità locale

Le banche e il territorio

In controtendenza il credito cooperativo, che si arrocca federandosi su base regionale

di Rossano Cattivello

La velocità e la disponibilità del credito rappresentano sempre più un fattore strategico di competitività per le imprese, a maggior ragione alla vigilia dell'applicazione dei parametri stabiliti dall'accordo interbancario di Basilea II, che sancisce un oggettivo metodo di classificazione dell'affidabilità dei clienti e, quindi, del costo del denaro da applicare nei loro confronti.

Grandi e piccoli - Il processo di ristrutturazione che il sistema bancario locale ha subito nel corso di quasi un ventennio, ha portato a un numero inferiore di istituti operanti, aumentando però i livelli di efficienza, migliorando l'offerta commerciale, razionalizzando ed estendendo la rete di sportelli e ottimizzando la redditività dei bilanci. Il risultato, comunque, ha portato alla scomparsa di marchi storici del credito friulano o alla perdita di autonomia e di potere decisionale per altri. Non mancano, invece, esempi di aggregazione che hanno saputo conservare il radicamento sul territorio e la gestione locale quali valori strategici o l'ingresso di nuovi competitori da fuori regione. Senza dimenticare, infine, il sistema del credito cooperativo che, riunitosi in Federazione regionale, ha saputo negli ultimi anni conquistare non soltanto nuove fette di mercato, ma anche un ruolo di interlocutore con le istituzioni regionali. Un panorama variegato il cui mutamento non è certamente ancora terminato.

Anomalo il 2005 secondo Prometeia - Anno di forte crescita dei prestiti bancari, soprattutto da parte delle imprese dei servizi, meno di quelle dell'industria. Per questo è stato definito "anno anomalo", in quanto fotografa una situazione in evoluzione, verso un biennio di assestamento e di riallineamento della crescita dei crediti rispetto ai risultati economici. L'analisi è proposta da Prometeia, incaricata dalla Federazione regionale delle Bcc. Nel campo degli

impieghi, il Friuli Venezia Giulia si distingue per una avvenuta ristrutturazione del debito da parte delle imprese e dei professionisti. Infatti, i debiti a breve termine rappresentano il 42 per cento (rispetto al 46,3% del dato nazionale), mentre il medio e lungo termine è pari al restante 58%, contro un valore italiano del 53,7 per cento.

Il 2005 si avvia a concludersi, quindi, con un exploit degli impieghi determinati, secondo Prometeia, dalla convenienza per le im-

prese, visti i tassi ancora contenuti nonostante il recentissimo mini-aumento della Bce, a indebitarsi sul medio e lungo periodo e da operazioni di finanza straordinaria (non ultimo il rafforzamento societario in previsione dei parametri dettati da Basilea 2). Questo fenomeno, comunque, non ha portato a un peggioramento del credito e a un aumento delle insolvenze. Qualche segnale negativo, in verità, è evidenziato soltanto dal comparto industriale. **Garanzie**

strategiche - La scarsa patrimonializzazione delle aziende appartenente a una cultura imprenditoriale del recente passato quando si professava l'andante della "impresa povera e imprenditore ricco" - determinata da una politica fiscale che agevolava il reinvestimento finanziario anziché quello produttivo - ha rappresentato un nodo venuto al pettine specie delle Pmi. Ha supplito il ruolo dei consorzi di garanzia fidi, costituiti in ambito settoriale e a livello provinciale. Og-

gi se ne contano in regione ben quindici. Troppi secondo l'amministrazione regionale che sta spingendo verso una loro aggregazione (le iniziative sono contenute nella legge "Bertossi") e parallelamente all'individuazione di un soggetto di controgaranzia a loro favore, ovvero Friulia Lis, ed eventualmente di un fondo di garanzia di terzo livello, come il Frie, forte di un patrimonio che ha ormai superato dopo mezzo secolo di onorata attività il miliardo di euro.

		BILANCIO 2004					
		Impieghi	Raccolta		Presenza in regione		
			diretta	indiretta	sportelli	dipendenti	
Banca Popolare FriulAdria	Intesa Bci	3.270	2.726	5.151	112	1.108	
Friulcassa	San Paolo Imi	2.431	3.082	3.111	140	1117	
Banca di Cividale	Banca Popolare di Cividale Scarl	1.372	1.252	1.227	46	386	
Unicredit banca	Unicredit Group	1.922	3.398	4.095	154	1.248	
Banca Popolare di Vicenza*	Banca Popolare di Vicenza	8.634	7.843	10.738	62	404	
Hypo Alpe-Adria-Bank	Gruppo Hypo Alpe-Adria	2.448	614	402	4	400	
Nordest Banca	Public company	25	18	21	2	23	
Sistema Bcc (16 istituti)	Coordinate in Federazione	3.083	3.745	1.899	190	1266	

* i dati di bilancio si riferiscono all'intero istituto non al solo Fvg; Fonte: istituti di credito, situazione al 31/12/2004



Provincia di Udine	2000	2004	2005
Istituti con sede legale	15	14	14
sportelli	409	455	454
banche Spa	4	5	5
sportelli	255	301	296
banche popolari	1	1	1
sportelli	64	45	45
Bcc	10	8	8
sportelli	90	109	113

Fonte: Banca d'Italia (situazione a giugno 2005)

Provincia di Udine	Depositi	Impieghi
2001	5.126	8.542
2002	5.404	8.965
2003	5.735	10.300
2004	6.212	11.593

fonte: Banca d'Italia, consistenza al 31 dicembre; dati in milioni di euro

DALLA PRIMA

Per fortuna in Friuli non siamo solo italiani: apparteniamo infatti a una terra dove un minimo di autonomia bene o male resiste, e si può tentare di essere un po' diversi. Se Berlusconi ha ridotto l'innovazione a uno spot, Illy meno superficialmente ci ha costruito sopra un programma politico. Che gradualmente sta attuando.

Per cui forse non è solo una coincidenza se la nostra regione, secondo gli ultimi dati Unioncamere, si colloca per crescita al vertice delle statistiche nazionali.

Sono cifre in assoluto abbastanza modeste: +0,5 quest'anno, +1,6 l'anno prossimo. Ma diventano

IL CAPITALE INVISIBILE

assai più significative alla luce della crescita prevista per gli investimenti: +2,9 per cento, un piccolo boom.

A spingere verso l'alto gli impieghi non c'è nessuna speciale congiuntura di mercato, ma questo vento fresco di innovazione che si aggira in tante delle nostre imprese. Una luce friulana, che almeno in quest'angolo di Nordest rischiara il crepuscolo dell'Italia. Si tratta di un'abilità che questa gente che ha dovuto imparare a fare di tutto, selezionata com'è da secoli di miseria,

si porta nel sangue. È la capacità di vedere complessivamente uno schema, e di scorgere insieme un'idea capace di migliorarne in modo non effimero l'efficienza.

Non c'è pianificazione che possa innescarla. Non è opera delle macchine, né rendita di posizione in territori avvantaggiati. Ma potenziale interamente umano. Sono le persone, i singoli individui, che rendono l'innovazione possibile. Dovunque, in qualsiasi momento, al vertice come alla base della filiera produttiva.

Se nella filiera c'è rete, comunicazione, democrazia, in altre parole *network economy*, l'innovazione si salva. Se c'è scambio sul territorio, in un nuovo modello di distretto che si interfaccia ai centri di ricerca, l'innovazione si moltiplica per effetto a catena. Altrimenti - nella fabbrica verticale, nel territorio produttivamente gerarchico - si perde. O non germoglia nemmeno.

Quella che stiamo vedendo nascere, e crescere davanti a noi nel Friuli, è un'economia in larga mi-

sura nuova. Un'economia basata, prima che sulle risorse materiali, sulla conoscenza. Su una ricchezza invisibile, immateriale, che non si trova né in banca né sul mercato, ma che è capace di generare altra ricchezza più di qualunque denaro. La ricchezza del pensiero, il capitale dell'intelligenza creativa.

C'è perfino abbastanza da poter mettere in piedi una fiera. Sembra incredibile: lì dove normalmente vanno in vetrina mobili, sedie, alimenti, macchine agricole e vestiti da sposa, dal 9 all'11 di febbraio vanno in mostra non cose, ma idee. Succede a Udine. Si chiama futuro.

Sandro Comini

UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:
Adalberto Valduga

Direttore responsabile:
Sandro Comini

Redattore capo:
Davide Vicedomini

Editore:
Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine

Progetto grafico:
Colorstudio

Impaginazione/Fotoliti:
Graphic Linea sas

Stampa:
Editoriale Fvg

Fotoservizi:
Foto Agency Anteprema

Archivio:
C.C.I.A.A. - Anteprema

Per la pubblicità rivolgersi a:
EURONETS

Tel. 0432 51270-292399-202813

La tiratura del mese di novembre è stata di 52 mila copie

ATTUALITÀ



di Luciano Santin

Con oltre 38 mila posti letto, un milione di arrivi, per 5,1 giorni di soggiorno medio, il turismo vale quasi il 20% del Pil del Friuli Venezia Giulia. Una quota destinata a crescere, nei programmi della giunta regionale, che si appresta a varare la riforma del comparto sotto il segno dell'unicità. Concetto che vale sia come slogan (il famoso "Ospiti di gente unica", recentemente apparso anche sui tassi londinesi), sia come riconduzione ad una sola progettualità di tutti i possibili apporti pubblici e privati. Prospettiva, quest'ultima, dalla quale discende un nuovo assetto organizzativo, che assegna molte competenze delle strutture periferiche, le vecchie Aiat, ad un organismo centrale.

Proprio il fatto che questa operazione, peraltro annunciata da tempo, sia stata anticipata subemendando un testo di legge che conteneva norme di carattere commerciali, ha provocato critiche e accuse di "blitz" da parte delle Autonomie locali, e anche qualche critica sindacale per i cambiamenti non concertati a livello di personale.

Il contenzioso peraltro sembra rientrato dopo la Conferenza regionale del Turismo, svoltasi all'inizio di dicembre al Palasport di Tarvisio, in segno di attenzione per il grave handicap creato dall'incendio alla cabinovia del Monte Lussari. Enrico Bertossi, assessore competente, ha illustrato la

Come funzionerà l'agenzia per il turismo creata da Bertossi con il blitz di novembre

Ospiti di una Aiat unica

Immagine, promozione, marketing, strategie: tutti i poteri vanno alla nuova struttura



Villa Manin, sede della nuova agenzia unica del turismo. A destra, l'Aiat di Udine. Accanto al titolo l'assessore Bertossi

nuova politica turistica, imperniata su Turismo Fvg, la nuova Agenzia di sviluppo, facendo intervenire anche il responsabile in quel momento ancora in pectore del nuovo organismo, il catalano Josep Ejarque, nominato poi - all'inizio della scorsa settimana - commissario e liquidatore capo delle vecchie Aiat.

Turismo Fvg sarà un ente funzionale preposto alla programmazione, alla progettazione e all'indirizzo dello sviluppo del sistema turistico regionale, che nella sua prestigiosa sede prevista, Villa Manin, accorgerà le attuali nove Aiat, assorbendone parte dei compiti. Queste si trasformeranno in uffici territoriali con compiti di "sportello", informazione e assistenza al turista, e anche con azioni dirette in occasione di eventi, mentre l'agenzia definirà gli obiettivi strategici.

Turismo Fvg si occuperà, nel dettaglio, del coordinamento dell'immagine e dell'azione degli operatori pubblici e privati, delle politiche di promozione e marketing (con atten-

zione al comparto agroalimentare di qualità). Ancora, dello sviluppo del sistema di accoglienza dei flussi turistici, dell'ampliamento dell'offerta e della destagionalizzazione, dell'incentivazione per azioni integrate pubblico-privato.

Il direttore generale sarà affiancato da un Comitato strategico di indirizzo, che avrà voce in capitolo sulla definizione delle linee strategiche dell'Agenzia, mediante l'espressione di pareri sulle politiche di sviluppo turistico d'ambito e del territorio regionale, sulle attività formative rivolte agli operatori turistici regionali, nonché sui criteri per la concessione dei contributi in materia di turismo.

Il Comitato sarà composto da quattro componenti designati dalle Province, dai Comuni, dalle Comunità montane e dalle Camere di commercio, altri quattro scelti dalle principali organizzazioni di categoria nel campo turistico, commerciale, industriale, artigianale e agricolo, un componente

nominato dalle Pro loco, più altri nove in rappresentanza di nuovi organismi periferici denominati Comitati strategici territoriali.

Questi avranno, in scala ridotta, compiti analoghi a quelli svolti dal Comitato di indirizzo, coordinando e definendo le proposte ed i programmi per la politica turistica locale, e saranno formati da cinque persone votate dall'assemblea dei sindaci.

«Guardiamo al turismo come a uno dei punti di forza del nostro sviluppo economico: abbiamo il mare, la montagna, un ambiente ancora integro, manifestazioni di grande interesse e proposte enogastronomiche di alto livello. Questa offerta sinora è stata promossa senza una visione complessiva», dice Bertossi. «Il prodotto, invece, dev'essere uno solo: il Friuli Venezia Giulia. La strategia, di conseguenza, dovrà essere unica, curata dall'Agenzia regionale, che provvederà ad ottimizzare le risorse, a ridurre gli sprechi, a da-

re uniformità non solo ai messaggi promozionali come all'organizzazione».

«Si tratta di incrementare i servizi e le infrastrutture, di creare sinergie, di sfruttare meglio le opportunità dell'aeroporto, di coordinare le attività degli uffici periferici. Questi saranno affidati ai Comuni, che gestiranno accoglienza e informazione come meglio crederanno, ma con un solo look e con una comune formazione degli addetti» conclude Bertossi. «Se il sistema è nuovo, coinvolgerà comunque tutti, senza penalizzazioni».

La riforma del turismo, come legge ad hoc, verrà quasi certamente varata all'inizio del 2006. Ma di fatto, il cambiamento vero è già passato a novembre. Uno degli elementi decisivi, che verrà verificato nel prosieguo, sarà dato dalle risorse conferite alle ex Aiat.

Sull'autonomia del loro esercizio finanziario si giocherà probabilmente la collaborazione più o meno convinta tra "Turismo Friuli Venezia Giulia" e territorio.

Tutti gli uomini di Ejarque

Nelle sue funzioni di commissario straordinario Josep Ejarque sarà affiancato da sei vice commissari, uno per ciascuna delle Aiat da liquidare. Sono Franco Bandelli (Trieste), Piergiorgio Baldassini (Lignano Sabbiadoro), Stefano Lucchini (Carnia e Udine), Paola Lancillotti (Pordenone e Piancavallo), Daniela Roarzi (Gorizia e Grado, Aquileia, Palmanova), Luciana Zanier (Tarvisiano, Sella Nevea e Passo Pramollo). I vice commissari subentreranno agli attuali direttori delle Aiat il primo gennaio 2006. Il loro mandato scadrà al momento della liquidazione dell'Aiat di rispettiva competenza.



Josep Ejarque

L'UOMO FORTE DEL TURISMO FVG

E il guru è promosso commissario

Quarantun anni, laurea in scienze delle comunicazioni, esperienze a Barcellona e Torino dove ha lavorato per un quinquennio, Josep Ejarque Bernet è il "guru" del marketing cui la Regione ha affidato una settimana fa i poteri di commissario straordinario di Turismo Friuli Venezia Giulia, l'agenzia centrale di coordinamento e programmazione appena creato del turismo regionale, conferendogli anche le funzioni di commissario liquidatore delle Aiat.

L'incontro data circa un anno e mezzo fa, ed è dello scorso anno l'intesa per

un contratto di consulenza, che dovrebbe stabilizzarsi a breve, con il bando di concorso per individuare la persona (e chi, se non il commissario? Si tratterà infatti di una procedura di evidenza pubblica su base curricolare) da mettere a capo "ordinario" dell'organismo.

Considerato una figura con ottime entrate presso i tour operator, e portatore di strategie aggressive nei confronti del mercato, Ejarque è già intervenuto in alcuni convegni, ma ha fatto il suo debutto ufficiale pochi giorni fa a Tarvisio, dove ha prefigurato un obiettivo ambizioso: il 3% di crescita annuo.

Per il resto appare prudente nelle dichiarazioni, si mostra attento a tenere separati i campi dell'analisi e della proposta da quello della decisione politica. E dà appuntamento, per la parte attuativa, alla Bit, che si terrà tra un paio di mesi a Milano.

In prospettiva a dettare le scelte saranno comunque logiche di marketing e non amministrative - spiega - con una nuova filosofia, quella di partire dal prodotto adattandolo alle tendenze dominanti.

«Ad esempio il viaggio mordi e fuggi, che si sta

affermando. Inoltre, anche se occorre ragionare in termini di prodotto unico, dobbiamo studiare strategie diverse, e organizzare i cluster turistici secondo i diversi segmenti di mercato. Disponiamo di risorse, ma non siamo Venezia, quindi non possiamo permetterci di rifiutare nessun tipo di turismo. Sia quello che può vederci come destinazione finale, sia quello itinerante, nel quale possiamo incorporare la nostra offerta», prosegue. «Un altro punto importante, su cui il Friuli Venezia Giulia appare un po' in ritardo, è la presenza sul mercato, la ricerca dei

clienti: sinora si è aspettato che arrivassero qui; invece occorre andare a cercarli».

Ejarque insiste anche sul concetto di concentrazione, su cui si impernia la svolta nella politica turistica regionale: «Le Aiat svolgeranno ancora un compito importante: ma la Regione vaglierà e coordinerà le loro proposte, perché sinora hanno elaborato azioni in maniera individuale. Oggi invece è necessario fare massa critica, non disperdere i messaggi. In quest'ottica è interessante anche una collaborazione con le aree contermini: l'Euroregione

può servire a sfruttare le complementarità».

Fondamentale dovrà risultare infine il ruolo svolto dall'imprenditoria privata, che la Regione coordinerà e sosterrà. «Chiaro che non possiamo essere noi a fare il commerciale del settore turistico: tocca agli operatori preparare delle proposte competitive e attrattive. La Regione provvederà a promuoverle e a portarle al cliente, sempre assieme al privato».

L. San.

ATTUALITÀ



Lo strano caso di Attimis, con due aziende concorrenti alla conquista del Far East

Dr. Racco e mister Revivo

Figlie di uno stesso padre, fanno componentistica per auto ma con diverse strategie

di Mauro F. Grillone

Nonostante la contrazione in Europa, la produzione di veicoli (auto e mezzi pesanti) a livello mondiale cresce nell'ordine del 3-4% annuo, per effetto degli incrementi produttivi fatti registrare da Sud America e, in particolare, Sud Est asiatico. A Corea e Giappone si è infatti affiancata in questi ultimi anni la Cina, con una crescita esponenziale del mercato: dai 5 milioni di veicoli di quest'anno, le stime prevedono si passi ai 10 milioni nel 2010 e ai 20 milioni nel 2020, facendo così della Cina il più grande costruttore mondiale di veicoli.

Per cogliere le opportunità offerte da un mercato in forte espansione, oltre che per approfittare dei vantaggi competitivi garantiti dai minori costi di manodopera, partono alla conquista della Cina anche due realtà friulane attive nel campo della componentistica per automobili. Particolarità della particolarità, le due aziende - molto diverse da loro per realtà e strategia - sono entrambe di Attimis, producono entrambe raccordi per impianti di condizionamento e hanno in comune il fatto di essere state fondate dalla stessa persona: Gerard Hutter, ingegnere stiriano di 46



La Racco di Attimis. A destra il suo fondatore Gerard Hutter, oggi titolare della Revivo

anni che, dopo aver dato vita nell'83 alla Racco (ora in mano al fondo lussemburghese Absolut, con l'85%, e ai manager dell'azienda), è ora amministratore delegato della Revivo che ha sede sempre nel comune collinare. Fin qui gli aspetti comuni alle due aziende che, invece, perseguono una strategia completamente diversa.

Da un lato, la Racco, unico produttore del settore a livello mondiale, che dal prossimo mese produrrà anche in Cina, dopo aver acquisito (al 100%) un'azienda del distretto della Grande Shanghai operante in un settore simile ma che - come spiega l'amministratore dele-

gato, Walter Zonta - "intende mantenere ad Attimis la parte decisionale, tecnica e produttiva di eccellenza, realizzata grazie a sistemi altamente robotizzati che ci consentono di essere competitivi e di realizzare prodotti di altissima qualità: basti pensare che nei primi dieci mesi di quest'anno abbiamo consegnato 3,3 milioni di pezzi alla Valeo e solo 4 sono risultati "scarti": una percentuale di poco superiore a uno su un milione. Noi - aggiunge - lavoriamo in partnership con tutti i nostri clienti con i quali facciamo anche il co-design, dando così una risposta su misura alle singole esigenze. Ad esempio, realizza-

mo la piattaforma per tutte le Volkswagen Golf prodotte sia in Europa che in Cina". Nell'ambito delle sue strategie di sviluppo, la Racco sta studiando sinergie ed alleanze strategiche, anche societarie, in alcuni casi, con altre aziende venete e friulane operanti in settori "vicini" (termoplastica, pressofusione di alluminio e plastica) "per sviluppare un pannello di tecnologia nel settore dei condizionatori - sottolinea Zonta -. Lo sviluppo di nuovi prodotti, accanto alla qualità e alla riduzione dei costi, sono i fattori determinanti per rimanere competitivi".

Diverso, invece, dall'altro lato, l'approccio che la

STRATEGIE A CONFRONTO

RACO

Dipendenti: oltre 1.100
Fatturato 2005: 60 milioni
Stabilimenti: 6 (Italia, Ungheria, Spagna, Brasile e Cina - Shanghai).

REVIVO

Dipendenti: 6
Fatturato 2005: 5 milioni
Stabilimenti con cui lavora: 4 (tutti in Cina - Shanghai).



neonata Revivo intende attuare nei confronti del mercato cinese. Ad Attimis, la società fondata da Hutter dopo aver lasciato la Racco (impresa resa possibile dal fatto che l'ingegnere austriaco non ha sottoscritto nessuna clausola sulla concorrenza, ndr) ha solo il quartier generale, con sei dipendenti che si occupano di progettazione e controllo qualità. Per la produzione, la Revivo Group si "appoggia" invece a joint venture con quattro stabilimenti che si trovano nel distretto della Grande Shanghai e che contano poco più di cento operai e una trentina di tecnici. "Noi - ha spiegato Hutter in un'intervista -

ci inseriamo nel processo quando l'auto è quasi completa. Per questo dobbiamo essere rapidi, veloci nella produzione e nella consegna, avere alle spalle una struttura snella". Di qui l'idea della nuova società che punta su un organico "diretto" ridotto all'osso e su una forte flessibilità con una delocalizzazione "spinta" dei processi produttivi. Due approcci diversi, anche per oggettive differenze strutturali, due modi di interpretare una sfida che, per almeno vent'anni, spalanca nuove prospettive alle due aziende friulane.

STUDENTI E IMPRESE, NON C'È DIALOGO

Sigla, appuntamento mancato

di Carlo T. Parmegiani

Se non è un *de profundis* ci manca poco. I risultati avuti dal settimo, e forse ultimo, Salone dell'imprenditorialità giovanile e del lavoro autonomo (Sigla), svoltosi dal 29 novembre al 1 dicembre scorsi alla Fiera di Udine, sono stati talmente scarsi da far nascere forti dubbi sulla sua utilità o, quantomeno, sull'adeguatezza della sua formula.

Se qualcuno "off record" dice a chiare lettere che una manifestazione del genere non ha alcun senso, tutti coloro che accettano di parlarne apertamente parlano, più cautamente, di una formula da ripensare.

Prima a rendersi conto della situazione è la presidente di Udine Fiere, Gabriella Zontone, che intende avviare una serie di

consultazioni per capire dove sono i problemi: "Voglio incontrarmi - afferma - con gli studiosi di sociologia e con i dirigenti scolastici per capire meglio dove abbiamo sbagliato. Dopo il successo dei primi anni del Salone - aggiunge - forse si è dato per scontato che tutto continuasse ad andare bene, invece dobbiamo fermarci a ragionare. Non siamo, infatti, abituati a fare le cose tanto per farle e, quindi, vogliamo reinventare una formula vincente".

Ripensare il Salone è anche il suggerimento del mondo industriale. "Da due anni - sostiene il direttore dell'Api, Paolo Perini - non partecipiamo perché ci era capitato di organizzare un convegno con uno esperto economico di livello mondiale e a metà dell'incontro la gran parte degli studenti presenti se

ne erano andati". Per l'Api fu un chiaro segnale che qualcosa nella formula di Sigla non funzionava e, pertanto, l'organizzazione datoriale decise di creare rapporti più diretti con le scuole della provincia di Udine. "Il nostro non è comunque un no definitivo - aggiunge Perini - e, se il Salone continuerà ad esistere, valuteremo di volta in volta se parteciparvi o meno. Forse c'è bisogno di aggiornare la formula in modo da riuscire a coinvolgere adeguatamente i ragazzi delle scuole".

Anche dall'Assindustria arriva un invito a riflettere. I giovani industriali, cui era stata delegata la partecipazione al Sigla, infatti, non vi prendono più parte a seguito dello scarso interesse dimostrato dagli studenti. In piazza Melzi si pensa che vada valutata approfonditamente la

formula attuale, considerata anche l'esistenza di una pluralità di altri strumenti, previsti dalla riforma dell'autonomia scolastica quali l'alternanza scuola-lavoro, gli stage in azienda e i tirocini per il corpo docente.

Più deciso a mantenere in vita il Salone, appare, invece, il mondo scolastico che tuttavia è molto critico soprattutto sull'organizzazione e sulla tempistica con la quale viene chiesto l'impegno delle scuole.

"Sigla - afferma Francesco Surace del Malignani - era partito molto bene, poi però è andato decedendo. A mio giudizio non c'è stato un'adeguata preparazione. Le scuole andrebbero coinvolte in modo che la partecipazione alle attività del Salone possa essere calendarizzata per tempo. Gli allievi delle scuole, infatti, sono som-

mersi da una pluralità di attività extra-scolastiche fra le quali è necessario potersi organizzare. Bisogna, poi - sostiene Surace -, che le attività del Sigla vengano pensate in modo tale da interessare i ragazzi. Quando un convegno - conclude - è centrato sui loro interessi, invece di andarsene, lo seguono attentamente e riempiono i relatori di domande".

Anche secondo il dirigente scolastico del Ceconi, Manrico Traversa c'è un problema organizzativo. "Chi lo allestisce - dice deciso - non ha idea di quali siano i tempi scolastici. Le iniziative devono essere inserite in un percorso scolastico. Oggi, però, siamo coinvolti da mille iniziative troppo dispersive. C'è una sorta di schizofrenia organizzativa di attività che di per sé sarebbero anche valide. I ragazzi di og-



gi sono già difficili da coinvolgere e sensibilizzare e tutto diventa più difficile se non si fa nei tempi giusti. Credo, inoltre, che Sigla andrebbe dedicato esclusivamente ai ragazzi delle quarte e delle quinte. Quelli, cioè, che sono più vicini al mondo del lavoro. Ritengo, infine, che si debba anche ripensare il linguaggio per far sì che sia più adatto ad attrarre l'attenzione degli alunni".

Insomma, se nel 2007 rivedremo il Sigla, dovrà necessariamente essere molto diverso da quello che si è appena concluso.

IMPRESE

Il sosia di Pavarotti tra le api a Cividale: dolcezza friulana che resiste alla Cina

Quel miele in bemolle

Gigi Nardini punta sull'unicità e sul contatto diretto con la sua clientela golosa

di Simonetta D'Este

C'è anche il miele fra i prodotti che fanno l'orgoglio del Friuli: e non miele qualunque. Accanto al miele d'acacia, di castagno, di tiglio, ecco quello di tarassaco e di melata, quest'ultimo ricavato da foglie, resine e linfa, oppure quello di amompha, dalle proprietà digestive e dal gusto un po' acidulo... Ben trenta qualità di miele prodotte anche a stagioni alterne, a seconda della fioritura delle piante e delle stagioni.

Puntare sulla qualità, sull'unicità e sulla tipicità del prodotto è allora la carta vincente della Casa del Miele che Gigi Nardini, un incredibile sosia di Pavarotti, gestisce a Cividale assieme ai figli Luca, Carlo e Mara. Un modo, l'unico modo, per far fronte a un mercato che anche per quel che riguarda il miele, soffre la concorrenza straniera.

"Anche per noi è fortissima quella cinese - spiega Luca Nardini -, che propone miele a 1 o 2 euro a fronte dei nostri 6 o 7 euro. Purtroppo per noi è impossibile abbattere i prezzi fino a quel punto. Non ci resta che puntare tutto sulla produzione di un miele super buono e introvabile, perché solamente friulano".

Ma non bisogna pensare, però, che la vendita del miele sia destinata a un'utenza di nicchia solo perché l'impossibilità di concorrere sul mercato internazionale la limita. In Friuli, è vero, c'è un numero non troppo elevato di produttori di miele e quasi tutti piccolissimi, che si limitano a una produzione quasi famigliare, ma c'è



anche chi sul miele ha puntato molto, come la famiglia Nardini, che promuove il proprio prodotto non solo nell'azienda agrolimentare di Cividale, ma anche attraverso i mercatini in tutto il Friuli, invogliando inoltre gli acquirenti d'oltralpe.

"I nostri punti vendita - spiega ancora Luca assistito da papà Gigi - sono solo i mercatini, la sola eccezione è la collaborazione ormai tradizionale con la Despar regionale, ma le nostre vendite principali avvengono qui, alla Casa del miele. Nel corso degli anni è diventata una tradizione fare la gita domenicale: i clienti, tra cui anche molti austriaci, sanno che qui trovano accoglienza, assaggi di prodotti fatti con il miele, di miele, ma non solo. C'è il dolce per accompagnare la grappa e il salame per completare lo spuntino...".

"Molti fanno tappa da noi dopo i pellegrinaggi a Castelmonte - aggiunge Gigi -, anche corriere intere con i parroci, che provengono dal Veneto. Per noi è una gioia offrire la nostra ospitalità, ed esportarla attraverso mostre e concorsi in tutta Italia e in giro per il Mondo, perché il Friuli e i suoi frutti sono ben accetti e amati dovunque. Anzi, più lontano vai e più successo hai".

Ma nella casa delle api c'è anche la possibilità di imparare. E' stato Luca, dottore in scienze dell'alimentazione, ad avere l'intuizione assieme al fratello Carlo (entrambi sono esperti apistici): costituire un aviario didattico privato. Da quattro anni, infatti, le scuole del Friuli Venezia Giulia, dalle materne alle superiori, possono visitare con i propri alunni e insegnanti questa struttura e vedere da vicino la vi-

ta delle api.

Luca e Carlo possono tenere vere e proprie lezioni al riparo di speciali reti di protezione che permettono una totale visione, ma impediscono alle api di avvicinarsi ai bambini e quindi di poterli pungere.

"Dapprima mostriamo ai visitatori le attrezzature vuote e le arnie - spiegano i due fratelli -, in seguito i metodi di lavoro delle api. Solo più tardi entriamo nell'osservatorio vero e proprio, che consiste in un lungo tunnel dotato di una finissima rete che permette di osservare tutto in sicurezza. I bambini vengono chiusi all'interno della struttura e noi, dall'altra parte della protezione, apriamo le cassette per mostrare il lavoro delle api operaie e la vita della regina. Spieghiamo loro quali sono le difficoltà cui vanno incontro le api, mostriamo quali sono i loro nemici, co-

Profilo d'impresa

LA CASA DELLA DOLCEZZA



La Casa del Miele di Gigi Nardini nasce negli Anni '70 dalla passione del suo fondatore, che a sua volta, ha ereditato l'amore per le api e per il loro nettare dal papà e dal nonno. Oggi la Casa del Miele, in via Cialla a Cividale del

Friuli, è punto di riferimento per gli amanti del dolce prodotto e dei suoi derivati, come la pappa reale, o il propoli. O dei dolci, e non solo, che con questo prezioso alimento si possono confezionare (gubane, grappe e prodotti di bellezza).

me il calabrone o l'orso, per esempio. Le visite sono possibili da marzo a ottobre e solamente con il bel tempo. La soddisfazione più grande è rendersi conto che i piccoli visitatori, che possono anche assaggiare il miele, apprezzano non solo la sua bontà, ma assimilano l'importanza del lavoro dell'ape, ne capiscono l'operosità e soprattutto chiedono ai genitori di far uso del miele, che è alimento completo, sano e facilmente assimilabile dall'organismo".

E per fortuna la Casa del Miele non ha mai ricevuto la visita dell'orso, che in quelle zone è presente... Anche perché la sua presenza, anche per pochissimo tempo, vanificherebbe il lavoro incessante degli apicoltori, che devono proteggere le api dal freddo dell'inverno permettendo loro di tenersi calde, devono da marzo a maggio pre-

parare le famiglie, dopo aver controllato che stiano bene e che non siano state attaccate da un parassita di nome varroa, che le stermina, per poi permettere loro di raccogliere il nettare dai fiori a seconda della fioritura. Solo al termine della raccolta l'apicoltore può trasformare il prodotto in miele. Nella Casa di Cividale ci sono circa 200 alveari, e in media ogni arnia produce circa 20 chili di prodotto, per un totale annuale di produzione di qualche tonnellata.

Di quel nettare friulano che Gigi Nardini, che sul fatto di essere il sosia di Pavarotti ci gioca alla grande, ha fatto conoscere anche nel mondo dello spettacolo, da Simona Ventura e da Diego Abatantuono, ma non solo. Il prossimo passo dell'azienda friulana potrebbe essere la costituzione di una vera e propria fattoria didattica.

CATERINA DELLA TORRE SUBENTRA A MARINA DANIELI

Una nuova leader all'Aidda

Oggi l'economia ha bisogno di entusiasmo e di speranza, qualità che non difettano alle donne imprenditrici che possono rappresentare quella spinta propulsiva di cui il Paese necessita.

In Friuli la "rappresentanza rosa" nel mondo produttivo non è massiccia (le aziende guidate da donne rappresentano solo il 24,4% del totale), ma cresce costantemente. Non solo. Nel recente periodo le nuove imprese costituite da donne hanno superato quelle avviate dagli uomini. Nei primi sei me-

si del 2005 le nuove imprese al femminile sono 321, più del doppio rispetto al totale pari a 614. Un "sorpasso" che fa ben sperare, nonostante siano ancora troppi gli ostacoli che una donna incontra quando decide di mettersi in proprio o di "fare carriera". Mancano i servizi a supporto della famiglia, pregiudizi da sfatare ce ne sono a iosa, per non parlare delle retribuzioni che sono inferiori, a parità di qualifiche.

A questo punto fare lobby diventa un imperativo ineludibile. Numerose sono le associazioni che pun-

tano proprio a questo, partendo dalla promozione della cultura d'impresa e passando attraverso la gestione di progetti innovativi in settori chiave come formazione, ricerca e sviluppo, orientamento e tutoring.

Una di queste è l'Aidda (Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti d'Azienda), presente sul territorio attraverso 18 delegazioni regionali. Presidente della sezione Friuli Venezia Giulia è Caterina della Torre, subentrata a Marina Danieli che ha guidato il sodalizio per due mandati.

Vice presidente di Filenia spa, azienda del settore del mobile ad Azzano Decimo che caratterizza per la ricerca del design, Caterina della Torre nel suo programma per il prossimo triennio punta a rafforzare il dialogo con gli enti associativi e in particolare con il mondo accademico "perché - afferma - è più che mai necessario costruire un ponte fra impresa e università". Caterina della Torre considera l'associazione "un polo accentratore di esperienze imprenditoriali, dentro al quale far crescere una consapevolezza nuova e con-



Caterina della Torre. Nella foto grande, il tunnel delle api. Nelle altre foto, Gigi "Pavarotti" Nardini, qui sopra coi figli

stima, che si respira in Aidda Fvg".

Marina Danieli ha puntato nel suo programma sull'informazione-formazione, potenziando la rete di contatti. "Siamo una realtà trasversale in grado di mettere "in linea" le opportunità, agevolando il lavoro delle donne. In Friuli Venezia Giulia le donne sono sempre state "dietro le quinte" anche in azienda. Molte volte la donna non ha nemmeno potere di firma. Sono questi i gap su cui lavorare, per dare la giusta visibilità al nostro ruolo".

Raffaella Mestroni

IMPRESE



Non solo oca. Il catalogo delle delizie di Jolanda De Colò, must della gastronomia

Dal foie gras al caviale

L'azienda di Palmanova ricerca il meglio nel mondo e lo trasforma in prelibatezze

di Bruno Peloi

Jolanda de Colò, ovvero la puntigliosa ricerca della qualità nella preparazione dei prodotti gastronomici, con novità produttive sempre all'ordine del giorno. È infatti recentissima l'ultima "nascita" nello stabilimento di Palmanova: il caviale. Ma, vien da chiedersi, qual è il caviale più rinomato? La risposta è univoca: senza alcun dubbio, quello iraniano, ricavato da uova di storioni Ascetta (quelli col muso allungato pescati nel mar Caspio, più apprezzati di quelli americani dal muso piatto). E dunque, nel rispetto dei principi di genuinità, alla Jolanda de Colò hanno pensato bene di produrre in casa propria questo gioiello della gastronomia. Comperati vivi in Iran, i pesci sono stati importati in Italia, allevati per sette anni e quindi macellati. Anche per la lavorazione delle uova si è puntato al top. A Palmanova è stato infatti invitato uno dei massimi esperti mondiali di questa specifica tecnica produttiva (iraniano, manco a dirlo) e si sono ricavati i primi 40 chili di caviale da storioni Ascetta. Visto il buon successo ottenuto, a breve l'operazione sarà ripetuta.

Il caviale friul-iraniano è però soltanto l'ultima novità della casa. Perché qui le "primizie" sono una costante. Qualche altro esempio. L'azienda dei Pessot propone anche le carni giapponesi Kobe (bovini pezzata rossa Wagyu) considerate le più tenere e raffinate al mondo; o quelle delle vitelle prussiane (allevate in Polonia,



nella regione Mazury) ritenute le più gustose d'Europa; o ancora quelle delle chianine della tenuta San Rossore (Toscana), valutate le migliori d'Italia. E il discorso non muta se si passa agli altri prodotti. Come la pasta Malma ("la migliore al mondo" ha decretato Luigi Veronelli), ottenuta da grano canadese Amber Durum n. 1 Navigator. Grano di bassa resa (6 quintali a ettaro, contro gli 80-90 dei prodotti commerciali comuni). Per la pasta Malma, questo grano si usa in purezza e viene macinato in Polonia in mulini di proprietà per garantire la qualità dell'intero ciclo produttivo.

È molto bello il catalogo della Jolanda de Colò, e va ben oltre la mera presentazione dei prodotti commercializzati. È sì strumento ideale per gli addetti ai lavori. Ma è anche

una specie di vademecum per gourmet: descrizioni, fotografie, commenti, consigli accompagnano il lettore, stuzzicandone la fantasia culinaria. In una cinquantina di pagine sono illustrati caratteristiche organolettiche e modi di conservazione dell'intera gamma produttiva. Si parte dai foie gras e dalle carni fresche d'oca e d'anatra: punte di diamante dell'intera produzione, di cui l'azienda è leader indiscussa. E si prosegue con una miriade di leccornie riguardanti salumi tradizionali d'oca e anatra, di suino, di selvaggina, di struzzo. Allettanti le proposte di pesci e molluschi: tonno, spada, salmone, storione Beluga, baccalao, rana pescatrice, ostriche... Tra le carni, oltre alle già citate, ci sono quelle di vitello da latte, di bovini argentini e irlandesi; quelle di suino, coniglio, struzzo,

faraona, piccione, pollame, agnello, selvaggina europea; e quelle marinate e affumicate.

Non mancano altre golosità, come risi e sali speciali, oli, formaggi, essenze, spezie e aromi, cioccolati e pralineria. Con una bella scelta di ceramiche e accessori in tema. Tutti elementi che in questo periodo consentono la preparazione di eleganti confezioni per strenne natalizie.

Resta un'ultima curiosità, dovuta ai tanti penuti lavorati alla Jolanda de Colò: come ha reagito il mercato al battage mediatico innescato dall'influenza aviaria? "Nel mese d'ottobre - spiega Antonello Pessot - c'è stata una lieve flessione nelle vendite di carni fresche d'oca. Ma si è trattato di una situazione passeggera, perché già adesso il trend è di nuovo in ripresa".



Profilo d'impresa

FABBRICA DI SAPORI

La Jolanda de Colò Srl (col 2005 diventerà Spa) ha sede a Palmanova, in via Primo Maggio, 21 (5.000 mq coperti; è alle viste un ampliamento di altri 3.000 mq). Ci sono poi una filiale in Puglia e punti di riferimento in Toscana e a Roma. La ditta ha una compartecipazione pure in un prosciuttificio di Sauris. Presidente è Antonello Pessot, vicepresidente la consorte Jolanda, amministratore delegato il figlio Bruno. Direttore commerciale, Fausto Dal Pos.

La mission aziendale prevede la produzione e la commercializzazione di prodotti gastronomici particolari.



I dipendenti sono 54, gli agenti di vendita 44 e coprono tutto il territorio nazionale (2.500 fra ristoranti, negozi specializzati e wine bar).

Il fatturato s'aggira sui 10 milioni di euro (per il 2005 è previsto un aumento di circa il 25%).

Per comunicare: telefono 0432-920321; fax 0432-924664; e-mail: info@jolandadecolo.it; sito www.jolandadecolo.it.

STORIA DI UN SUCCESSO

Il gioco dell'oca

Come si conquista un mercato? Nel gioco dell'oca della Jolanda de Colò - azienda leader nella produzione e commercializzazione di prodotti gastronomici di nicchia - l'elemento scatenante è la curiosità. Seguita dalla voglia di stupire. Alla quale s'aggiunge immediatamente la ricerca della materia prima con caratteristiche di qualità estrema, in qualsiasi parte del mondo essa sia reperibile. Infine, dopo i necessari prova e riprova, la realizzazione e la messa sul mercato. Nascono

così vere e proprie prelibatezze: svariati tipi di carni (cotte, crude, affumicate), di salumi e insaccati, di conserve, di pesci e di selvaggina. Insomma, è sufficiente che un cliente "stuzzichi" la fantasia di Antonello Pessot (il presidente dell'azienda) o di suo figlio Bruno (amministratore delegato) per mettere in moto un circuito virtuoso. Serve un pesce particolare che vive solo nelle fredde acque della Norvegia? Bene, si va in Norvegia, lo si compera, si porta in azienda, si trasforma e si



Lo stabilimento della Jolanda De Colò. Nelle foto sopra, alcuni prodotti. Nella foto grande, Bruno, Antonello e Jolanda Pessot

mette in vendita, dando il servizio richiesto alla clientela. Lo stesso si può dire per ognuno degli oltre 150 prodotti tipici riconosciuti che escono dallo stabilimento palmarino. E, tra questi, quelli ricavati dalla lavorazione del-

l'oca giocano un ruolo di primo piano.

"Siamo pionieri della curiosità - dice con orgoglio Antonello Pessot -, sempre pronti ad assecondare le richieste dei nostri clienti, anche le più strane".

È stato così da sempre.

Perché l'azienda Jolanda de Colò (sono il nome e il cognome della consorte d'Antonello) è nata proprio dalla voglia di "conoscere" del fondatore, dal suo desiderio di cimentarsi col nuovo. Nel 1976, infatti, Antonello - amministra-

tore di un'azienda agricola a Chiopris Viscone - si rende conto che l'allevamento bovino (razza Limousine) non è più remunerativo. In quel periodo conosce un ebreo che macella oche per la comunità ebraica veneziana: e scatta la scintilla. Comprende che proprio i penuti saranno il suo futuro. Nel 1987 si mette in proprio e dà vita alla Fattoria dell'oca bianca. Sposta l'azienda dapprima a Visco, poi ad Aiello. Finché, nel 1997, nasce lo stabilimento di Palmanova.

B.P.

IMPRESE



La fuga vincente da Mestre a Cercivento della Arisol, tende e stuoie per l'outdoor

Delocalizzato in Carnia

Un titolare pendolare per un'azienda in forte espansione su tutti i mercati europei

di Oscar Puntel

Non può non annoverare fra i "numeri" della sua azienda, quei 148 chilometri che, ogni giorno percorre in andata e ritorno per arrivare fin lassù, a Cercivento. Nella sede della "Arisol Snc", blocco di cemento grigio fra il verde - bosco della Carnia, c'è dna veneto. E da più di 10 anni, all'ufficio produzione siede Giuseppe Morandi. Tutte le mattine arriva, puntuale, da San Donà di Piave. Potenza della delocalizzazione da Nordest. «Ma lo sa cosa mi fa arrabbiare? - puntualizza, fin da subito l'imprenditore - Gli amici mi dicono: "Ti xe lassù, te fa i schei!". Altro che schei e schei. Non è un territorio semplice: l'imprenditore non viene incoraggiato, ma continuamente vessato dalla burocrazia. Almeno dopo i casi De Longhi e Seima elettronica, mi aspettavo un cambiamento dell'atteggiamento, invece non è così».

La famiglia Morandi è arrivata in Friuli per potenziarsi e lanciare l'azienda sul mercato, cose che non le riuscivano, a ridosso della fumogena Mestre, centro nevralgico delle infrastrutture per il know-how verso il centro Europa. La "Arisol", in realtà, è nata come "Manifattura Dal Lago" ed ha operato nel settore tessile, a Chirignago (Ve). Nel 1983 si è trasformata in Snc per adeguare la natura giuridica dell'azienda, e ha iniziato ad avviare la produzione del tessuto sintetico denominato "Arisol". «Poi - spiega direttamente Giuseppe Morandi - ci siamo resi conto che nel nostro stori-



co stabilimento non avevamo molte possibilità di sviluppo, i costi per il trasporto erano esorbitanti, oltre a difficoltà di logistica per lo scarico e carico dei materiali. Così approfittando di alcuni contributi pubblici, siamo approdati a Cercivento». Una conquista: l'iniziale capannone di 800 metri quadri, sei anni fa, si è ampliato di altri 1500; la ditta ne ha acquisito un altro da 800 e, lo scorso anno, a Sutrio si è doppiata la sede produttiva, con un nuovo pezzo da 1500. Oggi i dipendenti sono 15, che arrivano a 20 grazie alle stagionalità, mentre il fatturato annuale tocca i 2 milioni di euro. Non un traguardo, ma un punto di partenza: «Il progetto è quello di arrivare a 6 milioni di euro, nel giro di due, massimo tre anni».

La curiosità è ciò che pro-

duce. Trattandosi di un'azienda tessile in Carnia, che viene da pensare, di primo acchito? A tovaglie e tovagliette in stile carnico, ricami a mano, souvenir tradizionale - folcloristici. Invece no. Dai capannoni della montagna escono tende in ciniglia, stuoie in polipropilene, ma anche zanzariere e tappetini. Gli aggettivi si sprecano: antimuffa, lavabili, traspiranti, antiscivolo, antimuffa, riciclabile. «La stuoie da campeggio sono una fetta del nostro mercato molto importante, però ci vedo poche prospettive di sviluppo. Il settore in crescita, invece, interessante per sondare nuovi approdi sono le tende in ciniglia. Il "Garden center" diventa sempre più personalizzato, legato alle singole esigenze. Abbiamo sotto gli occhi il modello del merca-

to olandese» ricorda Morandi. I prodotti Arisol sono un punto di riferimento internazionale nel settore del tempo libero e turismo. E la grande richiesta si sta consolidando anche nel casalingo, grazie alla commercializzazione all'ingrosso e al dettaglio. La concorrenza cinese? Gli fa un baffo. «A una produzione massiccia e a basso costo come quella asiatica, noi rispondiamo con puntualità, correttezza e qualità. Ma anche celerità nella consegna. Garantita» è la ricetta dell'imprenditore. Che adesso guarda a est, dopo aver già conquistato la piazza di 15 paesi europei. Una rete. «Frequentiamo - ricorda - diverse fiere campionarie, specialistiche, soprattutto

Profilo d'impresa

BUON VENTO A CERCIVENTO

Sede legale e stabilimento della "Arisol Snc" si trovano a Cercivento, in via Gladegne, 13. L'amministrazione e l'ufficio commerciale hanno sede invece a Chirignago (Ve), in via S. Elena 16. Nata nel 1947 e dedicatasi fin dall'inizio al settore tessile, nei primi anni Novanta l'azienda approda in Carnia, specializzandosi nella lavorazione stuoie in propilene, tende in ciniglia, zanzariere, tappetini. Scelta estremamente indovinata: oggi Arisol è un punto di riferimento internazionale nel settore del tempo libero e turismo, con contatti capillari in tutta Europa, attraverso una rete di distributori e grossisti. Il fatturato annuo è di 2 milioni di euro; i dipendenti sono 15, che salgono a 20 con le stagionalità. Contatti e informazioni: tel. 0433.778035; fax. 0433.776935 (sede di Cercivento); servizio clienti: 041.913411. Sito web: www.arisolweb.com



in Germania. E bisogna perseverare, considerando che i risultati non arrivano mai immediatamente, ma dopo 4-5 anni. Poi nella nostra strategia, abbiamo avviato anche alcune partnership con altri produttori: una specie di scambio nei rami di vendita. Ognuno ha la sua linea, ma diventiamo vetrina l'un per l'altro».

Il problema del costo nel trasporto delle merci, con le infrastrutture della montagna friulana, non si è risolto. Però è stato creativamente aggirato. Parola d'ordine: ottimizzazione. «I nostri materiali sono molto ingombranti, ci siamo trovati nella condizioni di puntare su un pacchetto assistenza per il trasporto e la personalizzazione del

prodotto con nuove tipologie di imballi» chiarisce Morandi. «Inoltre - aggiunge - abbiamo un pool di trasportatori della zona, con cui siamo riusciti a trovare una formula per la fornitura del materiale con un consistente abbattimento dei costi: spostandosi verso altre regioni per la consegna delle merci magari per altre aziende, di rientro non tornano a vuoto, ma con quello che serve a noi».

Si investe, si studiano nuove formule per logistica e packaging, alla "Arisol" di Cercivento. Tra i colori marroni delle tende in ciniglia, il verde-bosco delle stuoie per camping e il blu pastello dei tappetini per i piatti doccia, «gli schei» son sempre «schei» e «business is business». Due dogmi che valgono anche in Carnia.

IL DEBUTTO IN BORSA DI EUROTCH

Missile a Piazza Affari

Debutta in borsa e schizza in poche ore a +26,59%, dopo aver guadagnato il 12,65%, a seguito del collocamento a 3,85 euro sul listino Mtax, l'ex nuovo mercato. Nei giorni seguenti viene perfino sospeso per eccesso di rialzo. Il titolo Eurotech piace. L'azienda di Amaro che opera nel settore della ricerca, sviluppo, produzione e commercializzazione di computer miniaturizzati e a elevata capacità di calcolo è stata fondata nel 1992 dal fisico Roberto Siagri, attuale presidente e ad; conta 147 dipendenti e ha chiuso il bilancio 2004

con 18,81 milioni di euro. 200 mila euro, l'utile netto. E adesso dalla Carnia, si partita la conquista di piazza Affari.

«Siamo soddisfatti, sorpresi, forse non ci aspettavamo che il titolo mietesse questi risultati» spiegano dal Centro di innovazione tecnologia dell'Age-mont di Amaro, Massimo Mauri, vicepresidente, e lo stesso Roberto Siagri. «Ha portato una ventata di aria nuova. Chi lavora da noi ha cominciato a rendersi conto che si può fare alta tecnologia anche in Italia, in Friuli». Un'autocoscienza collettiva dei risultati raggiunti. La svolta dopo

anni di sforzi per la ricerca hi tech. Ma cosa porterà ad Amaro tutta quest'esperienza? «Una fase di espansione, - spiegano - con ricadute su tutto il territorio. Aumenteranno le dimensioni dell'azienda, i servizi erogati verso l'esterno e di conseguenza anche le assunzioni e l'indotto. Anche la ricerca, completamente sviluppata in Italia, fra il centro carnico e Trento, proseguirà con un investimento pari al 12% del fatturato annuo».

Eurotech prevede di portare in Borsa un flottante del 46,43% del capitale sociale. Il collocamento è avvenuto a 3,4 euro per azio-



Roberto Siagri premiato due mesi fa dalla Ccfaa di Udine. Sopra, immagini della Arisol di Cercivento e di alcuni suoi prodotti

ne, nella parte alta della forchetta fissata per l'offerta pubblica iniziale (compresa fra 2,9 - 3,5 euro per azione). Prima dello sbarco a Piazza Affari, principali azionisti erano la First Gene (22,37%), la società The (19,49%), l'attuale ad Roberto Siagri (12,08%), il vicepresidente Dino Ferragotto (1,59%) e la finanziaria regionale Friulia (10,13%). «Siamo

stati inseriti nel segmento "Star", ovvero fra altre venti società o aziende che sono medio - piccole. La nostra speranza è quella di farci conoscere il più possibile, di avere visibilità, presso altri clienti o società che hanno bisogno dei nostri servizi» dice Mauri. Difficile credergli che non andrà diversamente. Eurotech è già conosciuta per aver realizzato,

con l'Istituto italiano di fisica nucleare e vari enti di ricerca europei, uno dei più potenti calcolatori del mondo, l'Apexnext, ai vertici per potenza di calcolo, dimensioni ridotte e basso consumo di energia. In più ha avviato la creazione, in India, di un Centro di Ricerca che coinvolge anche il governo italiano e l'Università di Trento. E, per le aziende, il progetto "Overlinx", un server in outsourcing, primo in Italia e tra i primi in Europa, in grado di ospitare sistemi remoti.

O.P.

IMPRESE

Mauro Pinosa e le sue geniali e superpremiatissime soluzioni per la fabbrica automatica

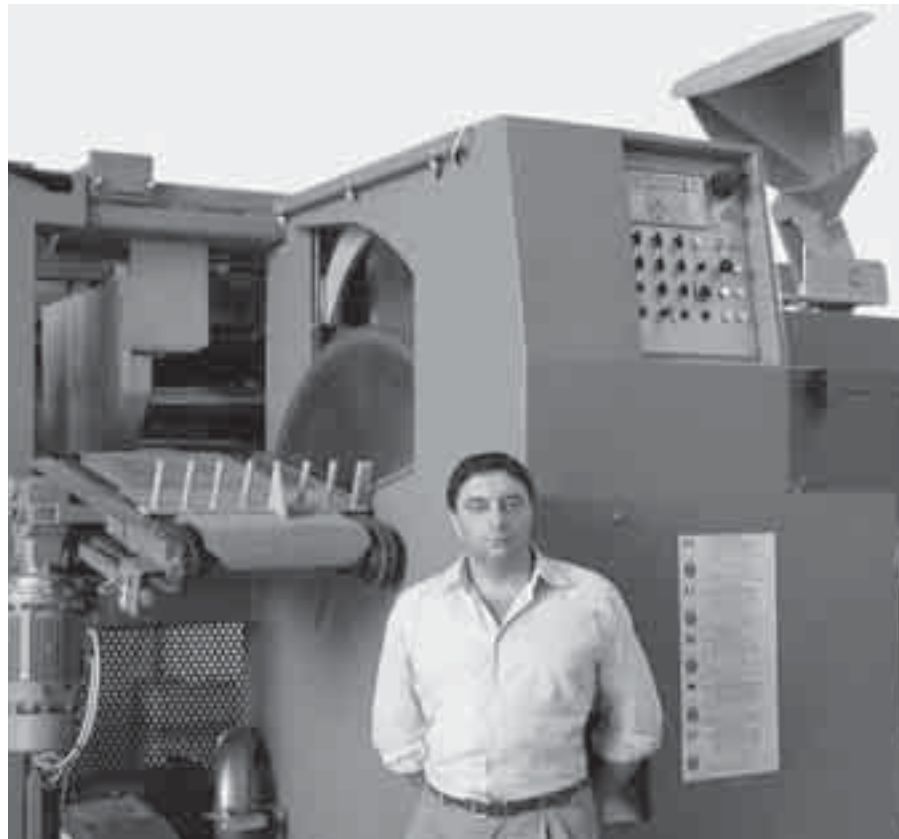
Inventatutto a Tarcento

“Abbiamo investito sempre in ricerca e innovazione”. Con risultati ormai planetari

di Marco Ballico

Una storia lunga 26 anni è già motivo di soddisfazione. Lo è ancora di più per il fatto di vedere gratificato continuamente il proprio lavoro con riconoscimenti e premi prestigiosi, anche in una fase di congiuntura economica non favorevole. E' l'effetto dell'investimento in qualità e innovazione fatto dalla Pinosa srl di Tarcento.

Tenacia e lungimiranza hanno portato l'azienda di Mauro Pinosa - nata nel 1979, quando il titolare aveva solo 21 anni, come piccola attività artigiana - a guadagnare un posto di assoluto rilievo nel settore dell'automazione industriale in Europa, dove ricopre un ruolo leader, e in molte altre parti del mondo: i suoi impianti innovativi, controllati da sofisticati sistemi a microprocessore, e i suoi macchinari sono stati installati in tutti i cinque continenti. La ditta Pinosa ha un'origine come azienda specializzata nella progettazione e costruzione di quadri elettrici per l'automazione di cicli produttivi. Si parte con il settore elettrico, allargato ben presto a quello dell'automazione, con risultati subito significativi nella progettazione e realizzazione della parte di automazione di impianti industriali, per la siderurgia e per piccole centrali idroelettriche, controllati da sofisticati sistemi a microprocessore e da computer, il tutto equipaggiato con software sviluppato in azienda. Negli anni successivi l'attività si è allargata ai settori elet-



tromeccanico e controllo delle temperature. E' il cammino verso un obiettivo fondamentale, ormai raggiunto, di Mauro Pinosa: progettare e costruire macchinari interi, dotati

«Brevetti che fanno scuola»

di parte meccanica, oleodinamica, pneumatica, elettrica ed elettronica. “Abbiamo investito tutte le risorse dell'azienda in ricerca e innovazione - spiega il titolare -, giungendo a progettare e realizzare macchinari industriali innovativi in diver-

si settori, quali la prima lavorazione del legno, l'estrusione delle materie plastiche e l'estrusione dell'alluminio”. In particolare, i macchinari per la prima lavorazione del legno hanno ottenuto recentemente il riconoscimento di due brevetti internazionali e stanno facendo scuola a livello europeo.

L'impresa tarcentina è diventata oggi un gruppo multi-settore cui fanno capo tre aziende di esperienze e professionalità eclettiche. Oltre a quadri elettrici e macchinari, infatti, progettano e realizzano alimentatori, trasformatori e reattanze speciali per diversi settori dell'indu-

stria e della ricerca ed eseguono avvolgimenti di qualità su motori elettrici anche di grandi dimensioni. Professionalità, tecnologia, qualità e aggiornamento sono i principi che stanno alla base della filosofia aziendale. Con un'attenzione specifica per l'internazionalizzazione, un dogma per Mauro Pinosa. “Espo- nendo in fiere internazionali - sottolinea -, e investendo risorse, ci siamo fatti conoscere sul mercato internazionale”. Ed ecco che i macchinari progettati e costruiti dalla ditta Pinosa sono installati, oltre che in tutte le regioni italiane, in Spagna, Francia, Belgio, Germania, Danimar-

Profilo d'impresa

DA VILLANOVA AL GLOBO



La Pinosa di Tarcento è stata fondata a Villanova delle Grotte nel 1979 dall'attuale presidente Mauro Pinosa. Nata come piccola azienda artigiana, è cresciuta negli anni trasferendosi prima a Vedronza, quindi a Tarcento. Progetta e produce macchinari e tecnologie d'avanguardia per l'automazione industriale, nei più svariati settori, sia conto terzi che per la propria commercializzazione diretta. Dispone di ufficio tecnico, officina e laboratori interni per progettazioni e costruzioni meccaniche, oleodinamiche, pneumatiche, elettriche, elettro-

niche ed elaborazione di software per automazione e supervisione di processi produttivi e building automation. Con un moderno laboratorio esegue anche costruzione di trasformatori, di termocopie e avvolgimenti di motori elettrici. L'azienda dà lavoro ad una trentina di persone, dispone di laboratori ad Artegna, Tarcento e Tavagnacco ed ha recentemente costruito una nuova sede di 4 mila metri quadrati nella zona industriale di Tarcento in Via Udine 93, tel. 0432-783298, fax 0432-783416, sito internet www.pinosa.net, e-mail mailbox@pinosa.net.

ca, Slovenia, Croazia, Ungheria, Svizzera, Liechtenstein, Australia, mentre importanti contatti sono in corso con clienti in Olanda, Svezia, Norvegia, Finlandia, Ucraina, Polonia,

«A.A.A. Offronsi posti di lavoro»

Cina, Nuova Zelanda, Sud Africa, Repubbliche Baltiche e molti altri paesi dell'Europa dell'Est. Anche grazie ai brevetti internazionali iniziano ad arrivare soddisfazioni pure da Stati Uniti, Canada, Sud America e Far East. Il titolare segue personalmen-

te i contatti e i clienti con numerosi viaggi all'estero e molti sono gli imprenditori che giungono a Tarcento da ogni parte del mondo per visionare e acquistare i macchinari. Questa importante attività ha creato inoltre un interessante indotto nella zona. I successi ottenuti hanno ripercussioni positive anche nell'aumento dei posti di lavoro: Pinosa, infatti, è alla ricerca di un responsabile di produzione, tecnici oleodinamici, elettromeccanici, tecnici software per PLC e avvolgitori per motori elettrici. Per la prossima primavera è in programma l'ampliamento della nuova sede di Tarcento.

PALMARÈS DA PRIMATO

Un successo friulano

Fin dalla scelta del logo aziendale la Pinosa srl si qualifica come una ditta molto legata al territorio in cui è nata. L'aquila friulana stilizzata e rielaborata al computer è infatti il marchio che la contraddistingue, mentre i sofisticati macchinari che produce sono di colore azzurro e giallo, come i colori della bandiera friulana.

Un attaccamento alle radici che si riflette nella tenacia e nello spirito di sacrificio con cui Mauro Pinosa ha portato la sua ditta ai vertici dell'automazione industriale europea. Alle medaglie d'oro ricevute da-

gli artigiani nel 1995, dalla Camera di Commercio di Udine nel 1996 per dinamismo e spirito innovativo e nel 2005 per l'esportazione e la valorizzazione nel mondo del prodotto Made in Friuli, si aggiungono il prestigioso premio regionale Lionello Stock, la medaglia d'oro nel 30° di Friulia e la medaglia d'oro per l'innovazione tecnologica ricevuta dall'allora ministro Paolo De Castro, il prestigioso premio regionale per l'innovazione, quello per l'innovazione tecnologica ricevuto in Galizia e l'invito da parte del ministero a eseguire dimostrazioni di funzio-

namiento dei macchinari friulani in Spagna. L'ultimo prestigioso riconoscimento è arrivato ad ottobre da Lons le Saunier in Francia, dove al Salone “Bois Energie” la Pinosa ha ottenuto il “Grand Prix de Innovation” ed il riconoscimento “Felicitation du Jury”.

La Pinosa di Tarcento ha maturato esperienze anche nel settore della siderurgia, progettando e realizzando sofisticate termocopie e trasduttori per il controllo delle temperature in campo e controlli di processo che stanno facendo funzionare acciaierie in Malesia e Hong Kong.



Quadri di controllo. Sopra: Mauro Pinosa con una delle sue invenzioni, e due immagini della sua fabbrica

Negli ultimi anni grande sviluppo è stato dato al settore delle macchine ed è stato ampliato l'ufficio tecnico, inserendo progettisti meccanici che lavorano in sinergia con tecnici elettrici, oleodinamici e software. Dagli uffici tecnici della Pinosa sono usciti infatti i primissimi centri di lavorazione per legna da ardere completamente au-

tomatici controllati da sistemi a microprocessore. Parallelemente sono stati sviluppati macchinari che trovano impiego nell'industria della trafilatura dell'alluminio e dell'estrusione delle materie plastiche. “Il futuro - spiega Mauro Pinosa - ci vedrà ancora impegnati nell'innovazione: stiamo lavorando attivamente nella progett-

tazione di impianti di cogenerazione, tecnologicamente avanzati, che utilizzano biomasse. E' sicuramente difficile seguire molti settori contemporaneamente ed essere competitivi ed aggiornati su tutto - aggiunge -. Il lato positivo è che le tecnologie possono essere trasferite da un settore all'altro riducendo i costi di ricerca e innovazione. Inoltre, se un settore entra in crisi, dedicandosi maggiormente agli altri, si riesce a mantenere fatturato e occupazione”.

M. Ball.

IMPRESE



A Flumignano c'è una fabbrica di scambiatori di calore che cresce del 60% all'anno

X Change mette il turbo

Solo 3 anni per conquistare i mercati europei. E ora inaugura il nuovo stabilimento

di Rosalba Tello

Ambizione, consapevolezza delle competenze acquisite sul campo, capacità imprenditoriali coniugate a mire di business sui maggiori mercati di riferimento, intraprendenza. Sono le caratteristiche che per prime colpiscono di Daniele Stolfo, ex dirigente industriale ed oggi manager di successo, che in soli tre anni ha portato la sua azienda di Flumignano di Talmassons, leader nella produzione di scambiatori di calore ventilati, al triplo del fatturato, ed ora annuncia, spinto da concreto ottimismo, che per il 2007 prevede di raggiungere la somma dei 6 milioni. Eppure nel 2002, anno di nascita dell'XChange, Stolfo partì in sordina, "con un investimento minimo, uno stabile in affitto e due dipendenti che si occupavano solo di assemblaggio - racconta il titolare. - Ma dopo pochi mesi realizzammo già le prime macchine. Oggi possediamo due consociate estere, in Svizzera e in Francia; nel 2006 ne sorgerà un'altra in Russia, a cui ben presto si aggiungerà una sede in Germania. Abbiamo la presunzione di voler diventare grandi".

E grandi già lo sono, stando alle brillanti cifre registrate nel 2005: 60% di incremento di fatturato solo nel primo semestre rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, "un risultato di tutto rispetto - commenta l'amministratore unico della Srl - in linea con il budget che ci eravamo impegnati a raggiungere, pari a 3,3 milioni di euro per il prodotto ventilato e 4,7 per gli scambiatori a pac-



co alettato Intherm, il che equivale a un decimo della produzione del concorrente tedesco leader mondiale del settore".

Snocciola numeri e profitti, Daniele Stolfo, con orgoglio malcelato e la fiera tipica del self made man, di chi ha respirato sin da piccolo spirito imprenditoriale sapendone raccogliere abilmente i frutti, moltiplicando obiettivi e guadagni, sempre in prospettiva di ulteriori crescite. Suo nonno materno Duilio Falconer era fabbro nella bassa friulana, tra le due guerre pioniere nella costruzione

di pozzi artesiani. "Fu un esempio forte; io e mio cugino, anch'egli imprenditore, ci siamo entrambi ispirati a lui". Proprio il cugino volle il giovane Daniele nel team commerciale di un'altra grande azienda friulana, tuttora leader del settore; qui Stolfo si fa le ossa, gioca le sue brillanti carte fino ad entrare a far parte del Cda per poi assumere la direzione generale. "Una bellissima avventura", commenta, però il manager di Carlino è un cavallo di razza, e scalpita per trovare una sua personale dimensione. Lascia così un'impre-

sa a cui aveva dato - e da cui aveva preso, aggiunge - moltissimo, per impiegare le vaste e approfondite conoscenze assimilate nel settore degli scambiatori di calore in un'azienda finalmente tagliata su sua misura.

Oggi, dopo 3 anni di successi costanti e la nascita delle consociate estere, è giunta l'ora per XChange di crescere anche in casa: il nuovo anno verrà infatti salutato con l'inaugurazione del capannone industriale, che coprirà 7400 mq su una superficie totale di circa 15mila. L'edificio,

Profilo d'impresa

CON LUI STIAMO FRESCHI



Xchange si trova a Flumignano di Talmassons in via degli Artigiani 21, tel. 0432 765533, www.x-change.it, sales@change.it. Entro fine anno la sede, in seguito alle accresciute esigenze di spazio, si trasferirà nel nuovo e più ampio capannone di 7400 mq; 5 le linee di produzione all'Intherm di Veronella (Vr), di

cui Daniele Stolfo ha acquisito il 20% delle quote. L'azienda è impegnata in un piano di ricerca e sviluppo per nuove geometrie di scambio termico; nel 2004 la Camera di Commercio di Udine le ha riconosciuto il Premio all'innovazione ambientale, nell'ambito del progetto per lo sviluppo di un sistema adiabatico.

molto più spazioso e moderno di quello preso in affitto tre anni fa, sta sorgendo accanto all'attuale sede di Talmassons, in via degli Artigiani, per accogliere a partire da gennaio una area produttiva raddoppiata (compreso l'unità delle batterie, ora dislocata a Veronella) e gli uffici; "un investimento notevole, consentito dal sostegno dei crescenti volumi di vendita", rimarca Stolfo. Intanto da Parigi si attendono grandi esiti: la Xchange France fondata nel 2005 e condotta da Pierre Bouchoucha - noto manager d'oltralpe già presi-

dente della Liebert France del Gruppo Emerson e socio fondatore della Ferco, primaria azienda distributrice di macchine e prodotti per il condizionamento dell'aria - si è posta l'obiettivo di un fatturato annuo di 2 milioni nell'arco di 3 esercizi. Prossimamente sarà invece impegnato in Russia il socio di minoranza e amministratore delegato di Xchange Schweiz Riedel, che con Stolfo condivide gli sforzi nell'azienda friulana, e si appresta ora a costituire una filiale commerciale operante del territorio sovietico.

INNOVAZIONE SCACCIACRISI

L'invenzione del tubo ovale

Macchè delocalizzazione e crisi del Nordest... Dei travagli che stanno investendo il suo settore (e tanti altri) il presidente dell'XChange non si dichiara affatto preoccupato, e anzi guarda avanti con ottimismo e grandiosi progetti. Il nuovo immobile in via di completamento contribuirà a rendere più funzionale la macchina produttiva per la refrigerazione e il condizionamento, che vanta una vasta gamma di dry coolers e condensatori autoregolanti amici e dell'ambiente, a bassa rumorosità e in grado di ridurre il consumo energetico. In Friuli, da

Amaro a Latisana, c'è inoltre la più alta concentrazione di produttori di scambiatori di calore e un parco di personale specializzato e qualificato, anche dal punto di vista tecnico, fattori che incitano a restare in "patria".

Ben il 90% del fatturato dell'azienda di Talmassons è costituito dall'export; gli scambiatori di calore di Stolfo vanno forte soprattutto nella penisola scandinava e nel Centro e Nord Europa, "un mercato evoluto e di qualità che richiede prestazioni affidabili, ergonomia, inossidabilità". Tra i più prestigiosi impianti lo stadio Wankdorf

di Berna, la Swatch e la Rolex di Ginevra, la Clear Bank di Parigi; in Inghilterra le università di Dundee e di Coventry, a Vienna l'aeroporto, il Business Centre, gli hotel Hilton e Sacher, la sala del Musikverein (dove si svolge il più famoso concerto di Capodanno), in Bulgaria la Coca Cola e i supermercati Spar, a Monaco l'ADAC e il Vodafone centre, a Copenaghen i Supermecati Various. Bene anche in Italia, soprattutto in Triveneto, con Billa, Despar e Famila, e ancora meglio andrà con la rivoluzionaria nuova serie di Dry Coolers E (energy saving), apparecchi



ventilati che risparmiano energia ed inquinano meno grazie alle batterie alettate in rame/alluminio con tubi ovali, un investimento costato 250 mila euro. "Da anni si conoscevano i vantaggi del tubo ovale - spiega Stolfo -, ma nessuno finora era riuscito ad applicarli alla tecnologia produttiva dei tubi di rame e delle alette in alluminio.

Con la collaborazione dell'Intherm di Veronella (Vr), dove si producono i pacchi alettati (scambiatori di calore nudi) abbiamo migliorato la potenza degli scambiatori, a parità di caratteristiche e condizioni, di circa il 10% in più delle tradizionali geometrie. Le batterie con tubo ovale, infatti, grazie all'inedito profilo, riducono le perdite di ca-

rico di circa 25% aumentando la portata d'aria dei ventilatori assiali". In pratica, ventilatori più piccoli e a bassa sonorità, particolarmente adatti per chi ha problemi di spazio, che forniscono la stessa portata d'aria, con il valore aggiunto di ridurre l'inquinamento acustico e di risparmiare energia. Completo di accessori, cablato, pronto all'uso, al cliente spetta solo l'installazione.

R.T.

A sinistra e sopra, installazioni XChange a Vienna e Parigi. Più in alto, la nuova sede di Flumignano e il titolare Daniele Stolfo. Accanto al titolo, uno scorcio della produzione

ATTUALITÀ

Un mercato complesso, dove per fare affari non basta più il canale degli emigrati

Sembra facile il Canada

Mancano strategie di squadra: anche il Friuli soffre dei limiti del sistema Italia

di Raffaella Mestroni

"Nei prossimi cinque anni, il Canada sarà il miglior paese G7 dove investire e fare affari, dunque se la vostra impresa ancora non è presente qui, state perdendo una importante opportunità". L'affermazione è di Luca Brofferio, console generale d'Italia a Toronto, la città canadese dove è concentrata la maggior presenza di immigrati italiani (oltre 500 mila) e friulani in particolare (la comunità friulana supera le 40 mila persone). Un elemento, quello delle radici comuni, che dovrebbe agevolare i rapporti economici e commerciali, stimolando lo sviluppo di business internazionali, ma così non è.

Le esportazioni, dalla "Piccola Patria" verso il Canada, nel 2004 si sono attestate sui 44 milioni di euro, di cui il 37% riferito ai mobili, il 14% alle macchine utensili, l'11% alle macchine per impieghi speciali. Il vino, nonostante il mercato canadese in questo settore risulti in crescita costante, non supera il 7,63% (3 milioni e mezzo di euro) e il comparto agroalimentare raggiunge a malapena il 2,14% (1 milione di euro). "Le piccole e medie imprese - spiega Brofferio - non conoscono la realtà canadese e sono frenate dalla lontananza del mercato, sottovalutando il fatto che le aziende canadesi, in genere, sono molto interessate alla tecnologia italiana (quasi tutte le macchine per la lavorazione del legno sono italiane) e sul mercato locale, la competizione ancora non è esasperata. Il Canada, inoltre,



La skyline di Toronto. A destra, Marco Macorigh e il console Luca Brofferio. Accanto al titolo, il consolato italiano a Toronto



rappresenta un ottimo trampolino di lancio per esportare nell'area Nafta, producendo in loco".

Secondo il console, gli imprenditori italiani, e friulani in particolare, dovrebbero rinsaldare i rapporti con le Camere di Commercio in Canada e sfruttare di più le numerose associazioni presenti sul territorio. "Una piccola, ma efficacissima Camera di Commercio italiana è quella di Winnipeg, nel Manitoba - sottolinea Brofferio - diretta proprio da una friulana, Anna Maria Topazzini, consulente anche della Cciao di Toronto e creatrice di una società apposita per entrare su nuovi mercati". Segna il passo anche il turismo. Secondo i dati raccolti dall'ufficio Enit di Toronto, gli arrivi nella nostra regione nel 2004 sono stati complessivamente 2 mila 739, di cui 2 mila 543 nelle strutture alberghiere e 196 in quelle extra alberghiere, mentre le presenze hanno sfiorato quota 10 mila (8 mila 384 nel comparto alberghiero e 1.222 nell'extralberghiero). Cifre minime che non registrano incrementi di rilievo

e dovute soprattutto al "turismo di ritorno", costituito per la maggior parte da emigranti che periodicamente vengono in Friuli Venezia Giulia a trascorrere le vacanze, o alle seconde generazioni che desiderano conoscere la terra dei padri.

I settori più interessanti, sul versante delle possibili partnership imprenditoriali sono l'edilizia (ci sono fior di imprenditori italiani che realizzano mille case all'anno, il che significa 4 al giorno), la Ricerca Scientifica (il ministro Moratti ha siglato di recente più di 20 protocolli d'intesa e in molti centri di ricerca dove lavorano scienziati italiani), le tecnologie ambientali e le energie rinnovabili, l'industria aeronautica e quella automobilistica (il costo della manodopera, in questo comparto, è inferiore del 20-30% a quello Usa). In forte sviluppo il settore dell'agroalimentare. I canadesi, infatti, cominciano a conoscere i prodotti tipici italiani e li preferiscono a quelli francesi. Ma che cosa frena lo sviluppo dei rapporti economici fra Friuli Vene-

zia Giulia e Canada, nonostante la nutrita presenza di coregionali che potrebbero fare da "ponte"?

"La mancanza di una strategia commerciale mirata, scarsi investimenti in promozione finalizzati a trasmettere il valore del Made In Friuli, poca attenzione al mercato - spiega il friulano Marco Macorigh di Team Italia, l'associazione delle imprese e dei manager italiani che lavorano in Canada - e, in qualche caso, una certa presunzione. In Canada, infatti, non basta "conoscere" o avere una relazione di parentela con chi è emigrato magari 50 anni fa. Bisogna dimostrare di essere concreti, rapidi nelle decisioni e con le idee chiare. Può sembrare paradossale, ma sono proprio gli emigranti quelli meno disponibili a "spendersi", se non hanno la possibilità di verificare nei fatti la serietà del loro interlocutore, perché temono di perdere quell'immagine di laboriosità e di integrità morale che si sono costruiti negli anni".

"Abbiamo molto da imparare dai tedeschi - prosegue - che nel 2004 sono

riusciti a riconquistare le posizioni perdute negli anni precedenti, grazie a una campagna mirata a valorizzare le caratteristiche per le quali vanno famosi, a cominciare dall'affidabilità".

"Un settore dove le opportunità sono veramente enormi - aggiunge - è quello dell'alimentare e del vino, ma altrettante chances esistono nel comparto delle tecnologie e del design, dove abbiamo molto da insegnare ai canadesi. Non bisogna dimenticare poi che un prodotto considerato di fascia media in Friuli Venezia Giulia, in Canada è di fascia alta. E allora puntiamo su quello, arricchendolo però di valore aggiunto con una buona iniezione di servizi di qualità, ambito nel quale il Friuli Venezia Giulia, ma tutta l'Italia in generale, è assai carente, a differenza della Germania".

"La competitività, oggi - sottolinea Macorigh - è determinata soprattutto dalla rapidità di risposta al mutare delle esigenze del mercato, e richiede un gioco di squadra. Il "fascino di boss" di

antica memoria, oggi non vale più. E' su queste basi che, nel 1995 è nata Team Italia, su iniziativa di un gruppo di dirigenti coordinati da Giuseppe Mancini. Attualmente l'associazione riunisce numerose imprese fra le quali Pirelli, Bracco Diagnostics, Hsbc, oltre 40 executive manager di aziende private e numerose istituzioni quali l'Ice, la Camera di Commercio, l'Istituto Italiano di Cultura. Team Italia, grazie alla sinergia che è riuscita a creare con i rappresentanti delle istituzioni (l'ambasciatore italiano in Canada Marco Colombo, è presidente onorario, mentre il console Luca Brofferio fa parte dell'associazione fin da quando ha assunto l'incarico), è in grado di sviluppare un efficace lavoro di lobby nei confronti della realtà canadese.

"Avere l'appoggio di un team già conosciuto e affermato - conclude Macorigh - apre rapidamente molte porte e dimostra, concretamente, che anche l'Italia, alla pari di altre nazioni, dispone di un "sistema Paese" che funziona anche all'estero".

COME CAMBIA IL DISTRETTO DELLA SEDIA

Un Triangolo più quadrilatero

Il distretto della sedia si trasforma e da triangolo diventa un quadrato. La leadership spetta a San Giovanni al Natisone che precede Manzano in quanto a presenza di occupati; forte il ridimensionamento di Corno di Rosazzo, mentre invece si confermano come poli di forte sviluppo Pavia di Udine e Premariacco. E quanto emerso dalla ricerca dell'Ires su 303 imprese dell'area per Provincia di Udine, associazione provinciale della Cna ed Ente bilaterale per l'artigianato del Friuli Venezia Giulia, presentata nel corso di un convegno a Villa de

Brandis di San Giovanni al Natisone. L'indagine ha confermato il momento difficile del distretto: il calo medio dell'export nell'ultimo quadriennio è pari al 22,2% con punte del 47% negli Stati Uniti, questi ultimi non più mercato di riferimento in quanto al terzo posto dietro a Germania e Francia. Il 60% delle imprese inoltre dichiara di attraversare una fase difficile: il 36,3% di esse risente della stagnazione, più del 20% è in fase di declino e per le rimanenti non si intravede altra soluzione che la chiusura dell'azienda. Ad arrancare sono soprattutto

le aziende artigianale (il 2% sta per chiudere), mentre tengono quelle industriali. L'anno horribilis per la sedia è stato il 2004, con difficoltà persistenti nel 2005. Il fatturato è calato per la metà delle imprese artigiane e per il 35% di quelle industriali; gli investimenti hanno subito una contrazione del 32%; mentre entro il 1° gennaio 2006 perderanno il lavoro ulteriori 408 persone. Lo studio chiarisce però che, per l'inizio del 2006, circa la metà delle imprese campionate immagina un inizio di anno accettabile. Tre infine sono le tipologie di aiuti

chieste dagli imprenditori: un supporto al rinnovamento delle proprie strategie di mercato; la disponibilità a finanziamenti agevolati; una maggiore presenza degli enti finalizzata a promuovere un disegno di rilancio del Distretto. Di contro le istituzioni hanno individuato nell'"Agenzia per lo sviluppo del distretto" un ulteriore strumento a disposizione delle aziende per fare squadra, condizione imprescindibile perché la realtà da sole non sono in grado di occuparsi di tutti gli aspetti che possono proiettarle sul mercato globale.



Sedie d'altri tempi

ATTUALITÀ



Così Marco Simonit e Pierpaolo Sirch hanno inventato una mission: preparatori d'uva

Te la diamo noi la vigna

Il loro segreto: coltivare la longevità della pianta al massimo livello di qualità

di Giulio Colomba

Siamo in periodo di festività e ci pare giusto raccontare una storia di una impresa di successo che vede coinvolti in prima persona due giovani corregionali di origine contadina, che oggi possono vantare consulenze per le punte dell'enologia italiana. Stiamo parlando di Marco Simonit e Pierpaolo Sirch, entrambi diplomati a Cividale all'Istituto Tecnico Agrario, che conducono un gruppo di consulenza altamente specializzata per la conduzione delle viti, avendo come base un ufficio a Corno di Rosazzo.

Ci piace ripercorrere la loro storia personale, passo dopo passo. Marco nasce a Gorizia nell'ottobre del 1966 da una famiglia che risiede a Gradisca. Il papà Ivano fa il cantiniere da Marco Felluga ma muore ventisette anni dopo, per cui Marco vive prevalentemente con i nonni, veri contadini con stalla e campagna. Questa vita, con la sua cultura, conquista Marco, amante degli animali e del lavoro all'aria aperta, che sogna di fare da grande il veterinario.

Negli anni Settanta la madre si risposa, trasferendosi a Manzano e partorendo un secondo bambino, Cristiano, di otto anni più giovane di Marco. Questi, appena può, continua a frequentare i nonni mentre gli studi lo portano a Cividale, prima alle medie al Paolo Diacono e successivamente all'ITA. Quando si tratta di scegliere e gli viene proposta enologia, rifiuta decisamente l'idea, perseguendo il suo sogno, riuscendo persino ad andare a visitare Parma, la cui facoltà di veterinaria è specializzata in vacche e cavalli. Ma intanto il padre adottivo va in pensione, la mamma abbandona la famiglia e diventa necessario cercare fonti di reddito, per cui Marco si diploma, lascia perdere il progetto universitario e, fra un lavoretto ed un altro, partecipa ad un concorso bandito dall'Ersa per tecnici polyvalenti e viene ammesso. Intanto collabora con una compagnia assicuratrice e questo fatto lo porta ad incontrare il produttore Marco Felluga e Gianni Bignucolo, a quei tempi suo enologo. Questi, grazie anche alla conoscenza del padre defunto, gli raccontano della necessità per il giovane consorzio di tutela di trovare un tecnico che presti l'assistenza ai soci. Il caso o qualche autorevole intervento fa sì che



Marco Simonit e Pierpaolo Sirch. Qui sopra, vigne nei Colli Orientali

Marco, terminato il corso Ersà, sia assegnato proprio al Collio, che allora aveva ancora sede in Gorizia ed era presieduto dal conte Douglas Attems, con direttore Albano Bidasio.

Marco coltiva sempre il suo sogno, ma le necessità della famiglia si impongono e dunque accetta questo lavoro, che prevede un semplice rimborso delle spese ma che potrebbe tradursi in un impiego remunerato. Si tratta di visitare uno per volta ciascuno dei 294 soci che il consorzio allora aveva. Alcuni personaggi lo sostengono, trasferendogli esperienze, consigli, passione, a partire da Marco Felluga, e poi Pepi Keber, magro e asciutto, come il suo compaesano cormonese Doro Princic, vignaioli di una volta che avevano intrapreso la via della qualità: era come avere ritrovato il rapporto con il nonno e la sua saggezza. Chi lo aiuta a rapportarsi con i vignaioli è certo anche il dott. Paolo Antoniazzi, consulente di fitopatologia del Collio. Un

altro grandissimo apporto a Marco viene da Mario Schiopetto, il mitico personaggio che da oste udinese si era trasformato nel vignaiolo leader del Collio e dell'enologia friulana. Ovviamente ci sono anche quei vignaioli che trattano il giovane tecnico con diffidenza se non con ostilità. "Ripensandoci - dice Marco - mi sentivo come oggi un extracomunitario quando entravo in certi cortili". Simonit definisce *riservato ma non ostile* l'atteggiamento di Josko Gravner, con cui successivamente stabilirà un forte sodalizio. Lui e Mario Schiopetto saranno i primi a chiamarlo appena lasciato il Collio.

Intanto, autorizzato dal Consorzio, Marco aveva iniziato alcune consulenze, tanto nel Collio che nei Colli Orientali, e aveva iniziato dei viaggi di studio in giro per l'Europa con Nicola Manfredi, vignaiolo in Brazzano di Cormons, Alessandro Zanutta, altro collaboratore del Consorzio, e in seguito Pierpaolo Sirch.

PER WINE SPECTATOR

Felluga top 100

Nella super-classifica di quest'anno di Wine Spectator, da sempre uno dei verdetti più attesi nel mondo dell'enologia internazionale, c'è anche il Friuli: grazie a Livio Felluga e al suo Terre Alte del 2002, doc Colli Orientali.

Nella Top 100 mondiale stilata dalla severa rivista di critica enologica americana, l'Italia per quantità di piazzamenti è terza dopo la California e la Francia, e la parte del leone la fanno i vini toscani, seguiti da quelli piemontesi. In quest'ottima compagnia spicca però anche la perla

del colle di Rosazzo, il vino bianco frutto del sapiente dosaggio di uve tocai, pinot bianco e sauvignon che viene considerato non solo da oggi uno dei migliori bianchi italiani in assoluto. Wine Spectator ne loda entusiasta l'eleganza del complesso fruttato, citando gli aromi della quercia, della mela e delle pesche tostate nel contesto di una piena compostità raffinata dai sapori - commenta - della mela e del pepe bianco.

Nella foto a destra, Felluga con la carta geografica che contraddistingue le etichette dell'intera sua produzione.

Le mete prevalenti: Palatinato tedesco, Borgogna, Bordeaux, Svizzera, con l'obiettivo di capire se ci fosse una scuola da cui apprendere i segreti di una moderna viticoltura. Il primo risultato di questi viaggi, oltre a stabilire legami permanenti con diversi istituti enologici europei, è un convegno, finanziato da Lino Geremini con la sua Agrotecnica Isontina e intitolato "Diamo un taglio alla vite" che nel 1995 raccoglie nel teatro di Cormons ben 200 persone per due giorni, con esperti anche stranieri e l'obiettivo di trovare il sistema per fare invecchiare i vigneti grazie a sistemi accorti di potatura. Pierpaolo Sirch ha una storia più semplice, ma di altrettanta concretezza. Classe 1966, cividalese, ha un padre infermiere tuttofare, una osteria in Cividale, una azienda agricola sulla strada per Prepotto. Il suo sogno: fare fruttare l'azienda di famiglia. Ma si rende conto che non bastano gli studi, occorre anche esperienza. Nel 1988 viene chiamato, su indicazione di Marco, al Consorzio Collio, ma decide che il suo impegno primario è a casa, dove l'anno successivo si cimenta con il primo imbottigliamento.

Per completare la sua preparazione inizia a lavorare, dal '91 al '96, con la cantina di Benincasa, a Spessa di Cividale e in seguito per un paio di anni all'Aquila del Torre, Savorgnano, di proprietà di Claudio Ciani. Si arriva così al 1998, quando Marco e Pierpaolo iniziano la loro strada insieme, anche se formalmente ciascuno ha una propria partita Iva. Nel 2003 nasce "Preparatori d'uva", una avventura che Daniele Cernilli, condirettore del Gambero Rosso, sconsiglia, sostenendo che il loro lavoro li terrà sempre all'ombra degli enologi.

"Si era capito che il problema non stava nel chilo per pianta, ma come la pianta produceva, come avrebbe potuto invecchiare. Da lì i viaggi in Europa per capire come mai in certi paesi le viti invecchiano, mentre in Italia no", sostengono Simonit e Sirch.

Nella ricerca di potenziali utenti, si rendono conto che Aziende anche blasonate e premiate avevano una conduzione della pianta scadente. Ciò era causato dal forte impulso della produzione di vino negli ultimi anni senza personale ade-

guato a gestire il patrimonio viticolo. Qualche articolo sulla stampa locale e nazionale (Il Sole 24Ore) parla di questi due personaggi, che con un computer portatile mostrano ai vignaioli alcune delle principali operazioni che sono in grado di proporre, per una gestione della pianta che possa invecchiare diversi decenni. Con una attenta potatura secca, una precisa scelta dei germogli partenti, una giusta spollonatura si abbassano gli investimenti per reimpianti, si hanno viti sane ed equilibrate.

I principali clienti dei nostri preparatori d'uva in Friuli sono le cantine Dorigo, Volpe Pasini, Vinai dell'Abbate nella nostra provincia, Gravner, Venica, Schiopetto, Pali Wines, Lis Neris, Tenuta di Angoris nel Goriziano, Vistorta a Sacile. Ma, grazie anche alla fiducia riscossa presso il grande enologo Riccardo Cottarella, hanno operato presso la Abbazia di Santa Anastasia in Sicilia e a San Patrignano. La fama si allarga e vengono chiamati da Feudi di San Gregorio nel retroterra campano, ma con aziende anche in Puglia e Basilicata, da una cantina nel Priorato, Catalogna. E poi le collaborazioni più recenti, al vertice enologico italiano: Angelo Gaja per le sue tenute non solo in Piemonte, ma anche a Bolgheri e a Montalcino, e i Ferrari-Lunelli, la prima cantina italiana per i vini spumanti, con numeri e qualità. Con l'accrescersi della clientela occorre aumentare il numero dei collaboratori fissi, che oggi sono anche Roberto Merlo e Umberto Marchiorri, e limitare la tipologia di intervento alla sola gestione della pianta.

"Potare non significa amputare. Occorre costringere la pianta a darci una produzione costante. Da sola sarebbe una liana, noi la modelliamo. Più bravo è il chirurgo, più probabile è la possibilità per questo organismo di durare nel tempo". In questa frase si racchiude la filosofia di una attività a favore di una moderna enologia.

"Potare non significa amputare. Occorre costringere la pianta a darci una produzione costante. Da sola sarebbe una liana, noi la modelliamo. Più bravo è il chirurgo, più probabile è la possibilità per questo organismo di durare nel tempo". In questa frase si racchiude la filosofia di una attività a favore di una moderna enologia.



ATTUALITÀ

Venti di crisi sulla funzione emporiale del capoluogo friulano. Ma se ne può uscire

Udine, il grande freddo

Commercio e Comune devono ricercare insieme la ricetta per rivitalizzare il centro

di Cristian Rigo

Il centro di Udine muore, o forse non è più capace di vivere. Magari invece sta ancora benone, nonostante il solito pianto greco dei commercianti. E invece i segni di crisi ci sono. L'emporio del Friuli si restringe, ed è un fatto. Di chi sia la colpa, è meno chiaro. Qui siamo sul terreno delle opinioni. Cerchiamo di capire.

I numeri. Nei primi dieci mesi di quest'anno sono stati ben 130 i negozi che hanno cambiato gestione mentre in tutto il 2004 erano stati solamente 59. Un incremento superiore al 100% (senza tenere conto degli ultimi due mesi dell'anno) che in qualche modo fotografa una situazione di difficoltà confermata anche dalle cifre relative alle nuove aperture. Erano state ben 206 nel corso del 2004, sono appena 92 nei primi dieci mesi del 2005 a fronte delle medesime cessazioni totali: 76 in tutto l'anno precedente e 76 al 31 ottobre dell'anno in corso. Confrontando il "rendimento" del settore commercio dei due anni quindi si evidenzia un calo particolarmente significativo. Nel 2004 aprivano mediamente 17 negozi al mese, quest'anno solamente 9: poco più della metà. Nonostante le aperture di nuove attività siano poco più della metà rispetto al 2004 e i cambi di proprietà siano più che raddoppiati però i pareri sull'entità della crisi e soprattutto sulle possibili soluzioni restano divisi. Il saldo tra attività cessate e avviate resta infatti anche quest'anno in attivo. Complessivamente rispet-



Luminarie all'osso, il simbolo della crisi

to al primo gennaio, al 31 ottobre a Udine c'erano 16 negozi in più.

Confcommercio. Secondo l'associazione più rappresentativa dei commercianti, la crisi (che riguarda indistintamente i negozi del centro e della periferia anche se in centro viene segnalato un problema relativo ai canoni degli affitti che - spiega il vicepresidente provinciale vicario Claudio Ferri - "sono rimasti nella maggior parte dei casi invariati o addirittura cresciuti senza tenere conto del calo generale degli affari") c'è, ma ci sono anche segnali positivi. Il presidente provinciale Giovanni Da Pozzo infatti pur criticando, solamente per quanto concerne l'articolo relativo alle aperture domenicali, la nuova legge regionale sul commercio (che nel suo complesso invece è stata promossa a pieni voti), ha condiviso con l'assessore regionale alle attività produttive, Enrico Bertossi la tesi secondo cui, "lamentarsi non aiuta: alle proteste che danneggiano tutto il comparto sarebbe quindi meglio

preferire iniziative volte a offrire un contributo concreto per rilanciare il settore". Per quanto riguarda le chiusure di alcune boutique illustri come Cristiana da Udine e Zagolin, Da Pozzo ha invece sollevato il problema del ricambio generazionale nelle piccole e medie imprese. "Un problema - dice Da Pozzo - generalizzato che non riguarda solo Udine e il Friuli".

Al Comune il vice presidente provinciale e principale candidato a succedere a Francesca Bruni nel ruolo di presidente del mandato udinese, Pietro Cosatti, chiede invece "un maggior dialogo e un coordinamento più concreto" individuando tre nodi fondamentali da affrontare e sciogliere per far di nuovo decollare il settore: la possibilità di accedere facilmente ai parcheggi, una viabilità più fluida e l'organizzazione di eventi capaci di portare pubblico in centro con una certa continuità. Per fare questo Cosatti, in qualità di presidente del comitato intersettoriale ha chiesto anche di "attribuire a ogni piazza cittadina

un ruolo definito" (tema su cui il comitato intersettoriale ha annunciato di voler presentare uno studio nei prossimi mesi) suggerendo di riaprire al traffico piazza Duomo per trasformare piazza XX settembre da parcheggio a cielo aperto a principale palcoscenico degli eventi in città.

Il Comune. Luciano Gallerini, assessore al commercio, scommette sul piano di marketing di cui si attende entro breve il progetto ed è al lavoro per dare vita a un nuovo comitato o consorzio che coordini le attività economiche e turistiche della città e del territorio coinvolgendo soggetti pubblici e privati. "Penso a un coinvolgimento diretto della camera di commercio, - spiega - delle associazioni di categoria, dei comuni e anche dei borghi cittadini e dei comitati del centro. Se tutti i soggetti attivi collaborassero per individuare un calendario di eventi e iniziative i risultati e la partecipazione sarebbero sicuramente più significativi. Al momento in alcuni casi, manca coordinamento". Dal piano di marketing

Gallerini si aspetta, sulla base di un'analisi statistica e tecnica, l'individuazione delle priorità su cui intervenire per dare nuovo slancio al comparto.

L'assessore all'urbanistica e alla pianificazione, Giorgio Cavallo, ritiene invece che per la sostituzione dei posti auto di piazza XX settembre il piano del traffico prevedeva già la realizzazione di park Venerio. "Inoltre - dice Cavallo - come ha detto anche il presidente dell'Ordine degli ingegneri Cola al comitato intersettoriale, non c'è mica l'obbligo che tutte le piazze della città siano piene di gente o debbano essere luogo di eventi. Nel caso di piazza Duomo, si è pensato a un'area con caratteristiche monumentali per mettere in evidenza la cattedrale". Sulla Zona a traffico limitato (Ztl) l'assessore ha le idee molto chiare. "La crisi del commercio - dice - non dipende dalla Ztl, anzi è una delle chiavi per vincere la concorrenza. Le proteste dei commercianti, sempre di meno, non fanno altro che rovinare l'immagine della città trasmet-

tendo messaggi non veri: i parcheggi ci sono, la mobilità è migliorata, il centro è più vivibile".

I sindacati. Il 25 novembre, in occasione dello sciopero generale che in Friuli è durato 8 ore raddoppiando la durata rispetto al resto d'Italia per denunciare la crisi strutturale del territorio friulano, tra i duemila manifestanti c'erano anche molti commercianti, scesi in piazza da un lato contro la Finanziaria e dall'altro per protestare contro la deregulation sulle aperture domenicali. "Una scelta - hanno spiegato - che va a incidere sui valori che da sempre caratterizzano il Friuli penalizzando la famiglia e le donne in particolare". Nessun legame però con la Ztl. "I dati parlano chiaro - dice il segretario regionale della Fisascat-Cisl, Paolo Duriaviv - la crisi coinvolge i negozi del centro tanto quanto quelli dei centri commerciali. I problemi comuni riguardano solo la Finanziaria e le aperture domenicali".

Confesercenti e Udine città viva. Rudy Battilana, nella doppia veste di vicepresidente del comitato cittadino presieduto da Angelo Andreoli e membro della Confesercenti tra le cause della crisi inserisce anche il modello della Ztl attuata dal Comune ("che quantomeno poteva concedere la riapertura al traffico dalle 17", la politica dei parcheggi e i costi della sosta.

QUEST'ANNO A UDINE VA SOPRATTUTTO IL REGALO ECONOMICO

di Valentina Coluccia

Il Natale è fatto per sognare e per veder esauditi i propri desideri. L'impresa quest'anno sarà più che mai difficile, visti i tempi di crisi economica, che colpisce indistintamente tutti, e il caro prezzi che lascia poco spazio alla cosiddetta "sindrome da tredicesima", quella frenesia che ci spinge a dilapidare i sudati soldi in più in articoli voluttuari ma che tanto ci scaldano il cuore.

Tra gli oggetti del desiderio dei friulani sempre più globali si piazza sicuramente al primo posto il classicissimo completo intimo natalizio, rosso da tradizione e scelto a pari merito da donne e uomini,



Lo shopping di Natale: si guarda molto ma si compra poco

di tutte le età. Il classico due pezzi (per le femminucce) e mono pezzo (per i maschietti che non disdegnano un sensuale tanga) possiede infatti due caratteristiche che lo rendono uno dei regali più gettonati: è

segnale di seduzione e dunque gratifica mente e corpo, e si aggira su di un prezzo, 25/30 euro, che è ancora considerato "gestibile" da chi fa acquisti.

Al secondo posto, un po' di par condicio anche per

la povera cultura, si piazzano i classici libro o cd. Il primo, secondo l'affollata libreria del centro "Giunti al punto", è sempre gradito presente per chiunque abbia un qualsiasi interesse che spazi dalla cucina

alla filosofia; e il secondo, dice la dipendente del Musical Box di Via Mercatovecchio Barbara Comisso, è regalato soprattutto dai giovani ad altri giovani, con punte proprio nel periodo natalizio quando gli

habitués spendono qualcosa in più. Interessante è il criterio di scelta:



ATTUALITÀ



Tendenza al rovesciamento per i flussi tradizionali dello shopping transfrontaliero

Gli austriaci siamo noi

A Villach e a Klagenfurt aprono nuovi ipermercati con l'occhio rivolto ai friulani

di Marco Di Blas

Autunno 1992, l'Italia decide la svalutazione della lira. Friulani e veneti si precipitano in Austria, con i loro risparmi, per cambiarli in scellini. L'atmosfera è del "si salvi chi può". Ma fu proprio quel frangente storico, così oscuro per il nostro sistema valutario, a determinare anche un fenomeno di segno opposto: il boom del commercio friulano (non solo frontaliere). Lo scellino era passato, al cambio, dalle 106 alle 145 lire circa. Nel 1994 l'Austria entrava nello Spazio economico europeo, che faceva sparire le dogane e i controlli alle frontiere, e nel 1995 aderiva all'Ue. Ma fu soprattutto l'introduzione dell'euro, nel 2002, a convincere maggiormente la clientela austriaca a mettere piede nei negozi friulani.

La moneta unica rende finalmente possibile un effettivo e immediato confronto dei prezzi. E allora quel confronto giocava ancora a nostro favore. Ma era chiaro fin da allora che il vantaggio non sarebbe durato all'infinito. Soprattutto dopo l'euro, anche se non per colpa dell'euro. La ragione è molto semplice: basta un raffronto tra i tassi d'inflazione in Italia e in Austria. Entrambi i Paesi hanno la stessa valuta, l'euro, e la stessa Banca centrale, ma da noi in questi anni l'inflazione è stata quasi costantemente doppia rispetto a quella austriaca (in Austria ha presen-



tato un'impennata soltanto nella primavera scorsa, arrampicandosi fino ai nostri livelli, per poi ridiscendere in autunno).

Questo fenomeno ha portato gradualmente a un livellamento dei prezzi e a un rallentamento della corsa degli austriaci (e dei carinziani in particolare) verso i nostri negozi. E c'è chi vede profilarsi un'inversione del fenomeno, col commercio austriaco che incomincerebbe ad attrarre – o già attrae – clientela friulana. Si tratta, per ora, soltanto di un'impressione, ma è significativo che la questione sia stata sottoposta persino all'Irse, perché se ne occupi. "Sì, è proprio così – conferma Marco Pascolini, ricercatore dell'Istituto – Il problema ci è stato segnalato nei contatti che abbiamo con l'Ascom e con singoli commercianti, al punto che ce ne occuperemo il prossimo anno, conducendo un'indagine sui consumi transfrontalieri (non solo verso l'Austria, ma anche verso la Slovenia e la Croazia), nell'ambito del programma istituzionale dell'Osservatorio sul commercio. Servirà a una ricerca sul campo, con interviste a consumatori e imprese. L'impres-

sione è che vi sia un'inversione di tendenza, che ha colpito soprattutto a livello di grande distribuzione".

Impressione che troverebbe conferma nell'espansione che si registra in Carinzia proprio in questo settore. Poco più di un mese fa si è inaugurato alla periferia di Villach un centro commerciale di 12 mila metri quadrati, che diventeranno 28 mila entro il 2007 e ne faranno il più grande centro commerciale della Carinzia. L'investimento è di 90 milioni di euro. Attualmente sono già aperti 24 negozi (con 200 persone impegnate nei servizi), che diventeranno 90 nel 2007 (con 700 persone al lavoro). Ma più che le dimensioni dell'investimento, colpisce la filosofia, rivelata involontariamente (o volontariamente) da una piccola didascalia che accompagna la promozione sulla stampa carinziana: il centro si chiama Atrio e il nome è seguito dalla dicitura "senza confini" (in italiano). Un esplicito richiamo a una clientela non solo carinziana, ma anche italiana e slovena, così come "senza confini" (anche allora in italiano) era stata la candidatura olimpica



trinazionale. Per un centro commerciale nuovo e già funzionante, un altro è in arrivo: il "City Arkaden", che sarà inaugurato il 29 marzo a Klagenfurt. Qui l'investimento è quasi doppio (170 milioni), anche se le dimensioni non saranno doppie (27 mila metri quadrati). Il complesso sorge nel centro della città e disporrà di 120 negozi, le cui superfici sono già state tutte prenotate. In questi giorni sui giornali carinziani appaiono annunci di ricerca di commessi: ne serviranno 800.

Anche il City Arkaden richiamerà clientela dall'Italia? E' probabile, stando anche al parere di Elisabeth Tschernitz-Berger, giornalista economica del quotidiano "Kleine Zeitung", che spesso si è occupata dei rapporti commerciali transfrontalieri con l'Italia. "Gli italiani frequentano già centri commerciali come il Südpark di Klagenfurt o negozi come Mediamarkt – spiega – Per essi sono convenienti i prodotti dell'elettronica, dalle macchine fotografiche digitali ai computer, ai televisori, agli apparecchi dvd; e sono molto molto convenienti certi prodotti alimentari come il latte in pol-

vere, i cibi, la frutta, le verdure, le carni in vaso. Ma mi sembra che anche i cosmetici costino meno che in Italia".

La giornalista non ritiene, peraltro, che l'interesse per i prodotti italiani sia venuto meno: "Gli austriaci continuano a comprare in Friuli scarpe e borse in pelle, ma quelle di qualità, griffate, non gli articoli economici. I prodotti alimentari ormai sono diventati meno cari da noi, fatta eccezione per frutta e verdura. Anche alcuni prodotti farmaceutici, come aspirine o vitamine in polvere, sono più convenienti in Italia. Un tempo da voi costavano molto poco le bibite, il caffè, il cappuccino, a ora non più: ora sono diventati davvero cari".

Che la situazione commerciale transfrontaliera si sia modificata lo riconosce anche il presidente provinciale di Confcommercio, Giovanni Da Pozzo. "A Villach, a Klagenfurt, a Lubiana – osserva – la rete commerciale si è sviluppata e vi si trovano prodotti di qualità. Anche i prezzi si sono allineati. Il settore moda nei nostri negozi propone prezzi meno alti, rispetto a negozi con gli stessi prodotti d'oltre frontiera,

Il nuovo Ipermercato di Villach. Accanto al titolo, il cantiere dell'Arkaden di Klagenfurt

ma anche qui prima o poi ci sarà un allineamento: è la conseguenza della globalizzazione. La competitività del nostro commercio è rimasta sui prodotti di gamma molto elevata, anche se quantitativamente il volume di vendite si è ridimensionato".

A quale evoluzione assisteremo in futuro? Da Pozzo ritiene ineluttabile un appiattimento dei prezzi a livello transfrontaliero e il venir meno della convenienza a venire a comprare da noi, ma anche per i friulani di andare a comprare oltre confine. "Anche perché oggi giorno – aggiunge il presidente dell'Ascom – muoversi costa molto. La nostra regione, fortunatamente, è ricca di attrattive: il commercio, quindi, potrà trarre vantaggio da chi giustificherà un viaggio in Friuli con una gita culturale o gastronomica".

Ma c'è anche chi, come Gianni Arteni, ritiene che la competitività non si giochi soltanto sui prezzi, ma anche sul servizio. "Gli austriaci – dice – non apprezzano soltanto le nostre marche, ma anche il nostro stile, il nostro gusto di presentare la merce, il nostro modo di vendere". In effetti, è abbastanza normale che nei negozi friulani, almeno quelli più frequentati dalla clientela d'oltralpe, vi siano commessi che parlano il tedesco. E' quasi impossibile, invece, trovare in un negozio austriaco personale che parli l'italiano.

Babbo Natale ma a low price

te speciali, ben 5 all'interno del negozio.

Singolare è la situazione delle profumerie e in genere delle boutiques di prodotti per il corpo, che registrano un'affluenza pressoché costante durante tutto l'anno e poi un aumento sensibile in vista del Natale: soprattutto nei negozi specializzati, quelli ad esempio che utilizzano prodotti derivati da sostanze biologicamente controllate e non testati su animali. È il caso della Lush, della galleria Bardelli, il piccolo e profumato negozietto è sempre pieno di gente che viene seguita personal-

mente dalle commesse (e forse proprio questo uno dei segreti del loro successo, il fatto cioè di non considerare il cliente un numero, ma una persona con specifiche esigenze e richieste). La clientela natalizia cerca prodotti a prezzi variabili dai 5 euro in su, che userà per fare un regalo utile: bene o male la pulizia personale è qualcosa di imprescindibile (si spera) dall'essere umano e quindi un sapone o uno shampoo, meglio se un po' particolari, saranno sempre graditi. Talmente buona è l'affluenza dei clienti in periodo di festività che

molte volte si assiste ad una fidelizzazione, nel senso che persone che ha acquistato questi prodotti o a cui è stato regalato qualcosa di così particolare e caratteristico, poi ritornano nel negozio.

Tragica invece la situazione dei negozi di telefonia: il cellulare non è più infatti il must da regalare o da regalarsi se non in minima percentuale, quando cioè costituisce parte di un'offerta che garantisce un servizio di messaggieria o di chiamate a tariffa concorrenziale. A gran ruba vanno invece le promozioni telefoniche, quelle che

magari si possono attivare solo alcuni giorni all'anno e che durano comunque solo uno o due mesi, ma il loro richiamo è talmente irresistibile da non dar tregua ai venditori. "Non ne posso più – esclama esultante Francesco Brisighelli, amministratore di Vodafone One, sempre in via Mercatovecchio – la richiesta nei pochi giorni in cui è disponibile un'offerta è quasi ingestibile e mal si affianca all'evidente crisi che c'è invece nel settore della vendita dei telefoni. Il problema è anche quello della commercializzazione – continua – nel

senso che per esempio quest'anno siamo già tardi per le nuove uscite e la gente non compra certo quello che è già passato di moda".

Un ultimo accenno va fatto al regalo insolito per il friulano: il cuscino di piuma. Questo fastoso oggetto si colloca come uno dei regali più insoliti ma anche più utili perché fondamentali per un buon sonno e il suo costo è intorno ai 75 euro. Sembra allora che la morale sia proprio questa: la notte porta consigli, magari proprio su come spendere i propri soldi a Natale.

a ridosso delle feste, e soprattutto all'ultimo minuto come ha specificato Barbara, i clienti scelgono i compact soprattutto dagli scaffali delle offer-

ATTUALITÀ

Liti al vertice, collegamenti insufficienti, bilancio in rosso, passeggeri in calo

Ronchi aeroporto malato

Nel futuro c'è la partecipazione al 20% della Save, che gestisce lo scalo veneziano

di Sonia Sicco

Un aeroporto che fatica a decollare. Collegamenti insufficienti, a volte assenti, che impediscono scambi rapidi nei principali centri di smistamento dei voli nazionali ed internazionali, passeggeri in calo e conti in rosso. Sono alcuni dei mali che affliggono l'aeroporto regionale di Ronchi dei Legionari.

Più volte agli onori delle cronache per una gestione che ha contrapposto i soci che compongono la Spa - Consorzio e Regione - è tuttavia una realtà ricca di potenzialità e un riferimento imprescindibile nelle strategie di internazionalizzazione e di rilancio del turismo del Friuli-Venezia Giulia.

La gestione. Dal luglio 1997 titolare è l'Aeroporto Friuli-Venezia Giulia S.p.A. E' partecipata per il 51% dal Consorzio per l'Aeroporto Friuli-Venezia Giulia, associazione riconosciuta di enti pubblici e privati delle quattro province regionali, e per il 49% dalla Regione. Il socio Regione - come più volte rimarcato dalla stessa - non è rappresentato nel Cda.

La Regione accusa il mancato rispetto dei patti parasociali. Simmetricamente diverso il giudizio del Consorzio.

La certificazione. Tutti l'aspettano, perché il "Certificato di Aeroporto", previsto dal "Regolamento per la costruzione e l'esercizio degli aeroporti", costituisce un salto di qualità, senz'altro economico, per lo scalo che lo riceve. Il valore della Spa ne uscirà raddoppiato, se non triplicato. Vige il massimo riser-



bo, ma secondo il presidente della società di gestione dello scalo, Elio De Anna, "la certificazione per l'Aeroporto di Ronchi dei Legionari c'è". E aggiunge: "Entro la fine dell'anno arriverà anche la concessione quarantennale".

Nuovi soci. L'idea piace alla Regione, che in attesa della sospirata certificazione si guarda attorno. Avviando contatti con la Save, la società che gestisce lo scalo veneziano Marco Polo. Si parla di una cessione della Regione in suo favore del 9% del capitale. Un ulteriore 11% verrebbe acquisito dalla società veneta dal Consorzio, che porterebbe la Save a detenere il 20% del pacchetto. Il nuovo scenario vedrebbe Regione e Consorzio detenere la stessa quota di capitale, il 40%. Tuttavia, "ogni azione sarà successiva all'ottenimento della concessione pluriennale", come specificato dall'assessore regionale ai Trasporti, Lodovico

Sonego. L'obiettivo, "è pervenire ad un ulteriore sviluppo dello scalo integrato in un sistema aeroportuale regionale".

Conti in rosso. Intanto, a fine ottobre la Spa ha chiuso i conti con un debito di 429 mila euro. "Un falso debito, e non di gestione", tiene a precisare il consigliere delegato, Giorgio Brandolin, imputabile agli investimenti per la sicurezza e per i lavori nello scalo, necessari per l'ottenimento della concessione pluriennale. Al suo arrivo, "si realizzerà il Piano di ammortamento".

I numeri. Ma il traffico langue. I primi otto mesi dell'anno (gennaio-agosto) segnalano una flessione nel numero complessivo dei passeggeri transitati allo scalo. A fine ottobre, rispetto lo stesso mese del 2004, il calo dei passeggeri è stato del 5,6%. In particolare, sono diminuiti i viaggiatori per affari. In crescita quelli per turismo, che ali-

mentano il traffico low coast.

L'utenza business, che rappresenta il 55% del bacino, lamenta infatti disagi derivanti da collegamenti insufficienti o mal gestiti, che impediscono passaggi rapidi con i principali hub di smistamento verso destinazioni nazionali e internazionali. Disagi così marcati da far preferire l'utilizzo di altri scali, in Veneto, Austria e Slovenia.

E se il settore turistico low coast cresce, tuttavia non gioisce. Solo il 5% si ferma in Regione, il resto si dirige verso le mete slovene, croate e venete.

Più nel dettaglio, nel periodo considerato, sono stati oltre 412.000 coloro che sono arrivati e partiti dall'aeroporto regionale, contro i circa 415.000 dello dell'anno scorso. Causa della tendenza negativa, secondo De Anna, la mancata ripresa dei voli per Napoli, che avevano ottenuto un

buon riscontro nel corso del 2004, e di quelli per Belgio. Non hanno giovato il frequente annullamento dei voli per Milano, circa 80, a causa del malfunzionamento del veivolo messo a disposizione da Alitalia.

In crescita i passeggeri sui voli nazionali (+3,2%) a fronte di una flessione di quanti hanno utilizzato i voli di linea internazionale (-5,2%). Cresce anche la componente charter, che nonostante le sospensioni dei voli per Sharm el Sheikh, complessivamente segnala un aumento del 6,3%.

Un risultato particolarmente positivo viene da quanti hanno utilizzato i voli charter per raggiungere le località di vacanza della nostra area: in questo caso la crescita è stata pari al 54%, con incrementi significativi per quanto riguarda Reykyavik e Dublino ed un successo per i collegamenti da Mosca.

Il futuro. "E' necessaria una stretta integrazione con l'offerta turistica regionale per fermare i flussi sul territorio". Per l'assessore regionale al Turismo Enrico Bertossi, l'aeroporto "va sfruttato meglio". E la nuova Authority regionale sul turismo ci sta lavorando. In programma, nel frattempo, una nutrita serie di interventi di sviluppo per potenziare le linee, che diano sostanza alla "strategicità" geografica di cui gode lo scalo dopo l'allargamento a Est dell'Ue: da marzo partirà una nuova serie di voli bisettimanali "già firmati", anticipa Brandolin, con cinque capitali del Nordeuropea. "Altri voli collegheranno lo scalo ronchese con l'Est europea e il sud Italia. Naturalmente, si darà continuità alla manutenzione delle strutture. In particolare, da gennaio, inizieranno i lavori di rifacimento, per un importo di 750 mila euro, della piazza commerciale dell'Aeroporto".

L'ATENEU DELLA CARNIA

Nasce il consorzio universitario

L'università di Tolmezzo è sempre più vicina. Nei giorni scorsi è stata definita, nella sede della Comunità montana della Carnia, la bozza definitiva dello statuto del consorzio Coralp, l'ente che opererà per favorire l'insediamento, nella montagna friulana, di un polo di sviluppo degli studi universitari e della formazione avanzata. Alla riunione hanno preso parte Mauro Saro, presidente del Comitato per l'Università di Tolmezzo, Lino Not, presidente della Comunità montana, Marzio Strassoldo presidente

della Provincia, il rettore di Udine Furio Honsell, il sindaco di Tolmezzo Sergio Cuzzi e Oscar Chiapolino consigliere di AgeMont, oltre ad alcuni rappresentanti delle categorie economiche.

"Il consorzio - ha spiegato il presidente Not - provvederà al coordinamento e alla messa in rete delle iniziative e dei progetti di formazione universitaria avanzata che nasceranno nell'area montana, individuerà e fornirà locali, beni e strumenti necessari all'avvio, allo svolgimento e all'incremento della loro attività. Creerà,

inoltre, collaborazioni fra Università, enti locali, centri di ricerca, ordini professionali, istituzioni e categorie economiche per la realizzazione di progetti comuni sul territorio". Soddisfazione, per il risultato raggiunto, è venuta anche da Mauro Saro, l'amministratore delegato della Cartiera Burgo che da anni opera, attraverso il Comitato, per portare l'Università a Tolmezzo e che si è detto felice per essere, ormai, vicino alla meta. Mentre Marzio Strassoldo, nel corso dell'incontro, ha assicurato una rapida approvazione da parte del

consiglio provinciale dello statuto del Consorzio Coralp riveduto e corretto, per quindi siglare ufficialmente la nascita della sede staccata dell'Università di Udine in Carnia.

L'appuntamento ha permesso agli intervenuti di confrontarsi anche sulle offerte didattiche che caratterizzeranno il polo universitario. Le aree di studio nell'area montana, ha precisato il rettore Honsell, dovranno concentrarsi sui sistemi informatici, sul management, con particolare riferimento alla gestione delle imprese montane e sulla formazio-



La Comunità montana della Carnia, sede del Consorzio Coralp

ne di professionisti in grado di operare all'interno della filiera legno. Il consorzio provvederà all'istituzione di facoltà, corsi di laurea triennale e specialistica, master di I e II livello, corsi per diplomi uni-

versitari, corsi di perfezionamento, di specializzazione e di aggiornamento professionale, promuovendo la realizzazione di servizi universitari e parauniversitari di supporto a tali iniziative.

ATTUALITÀ

LA FIERA DELLE IDEE

Più di 200 gli espositori che parteciperanno alla rassegna di febbraio, tra cui leader mondiali come Microsoft, Ibm, Cisco e centri di ricerca come il Mit di Boston e il Cern di Ginevra. A confronto con gli innovatori della realtà regionale



InnovAction anno uno

di Cristian Rigo

Udine città dell'innovazione: un claim che non passa inascoltato. I protagonisti che parteciperanno a Innovaction, la prima fiera dell'innovazione che si terrà dal 9 all'11 febbraio nei 9 padiglioni della Fiera di Udine, saranno infatti più di 200 e tra questi ci sarà anche la Microsoft di Bill Gates che, come molte altre realtà di spicco nell'ambito della ricerca e dell'innovazione, ha aderito al progetto dopo la scadenza del primo termine di iscrizione fissato inizialmente il 15 novembre. A conclusione della tre giorni di incontri, conferenze, dibattiti e workshop ci sarà anche una festa che avrà come principale partner organizzativo Mtv, l'emittente specializzata nell'intrattenimento musicale.

«Visto il gran numero di domande che sono continuate a pervenire senza soluzione di continuità anche dopo il termine indicativo per le iscrizioni - spiega il neo-direttore di Udine Fiere, Maurizio Tripani - si è pensato di prorogare la scadenza e valutare anche le richieste di adesioni arrivate successivamente al 15 novembre. Per questo motivo è stato necessario indire una riunione supplementiva del comitato scientifico che ha il compito di valutare le domande e distribuire all'interno della fiera tutti i soggetti: azien-

de, centri di ricerca, parchi tecnologici, imprenditori, operatori finanziari e più in generale tutti coloro i quali contribuiscono a far nascere un'idea innovativa e a svilupparla. Per quanto riguarda la festa invece - prosegue Tripani - abbiamo pensato a un'iniziativa dedicata ai giovani poiché riteniamo che il loro ruolo all'interno del processo innovativo debba essere valorizzato e stimolato». Accanto ai grandi nomi del mondo della programmazione, dalla Cisco all'Ibm Italia e ovviamente alla Microsoft, e di strutture di eccellenza nel settore del trasferimento di conoscenza, come quella del più grande parco scientifico di Taiwan, del MIT di Boston, del Cern di Ginevra ci saranno anche molte delle realtà regionali coinvolte nel processo innovativo: dalle università, ai parchi tecnologici, fino ai centri di ricerca (tra cui anche quello della Fiat), ma le vere protagoniste - assicura Tripani - «saranno le idee». Innovaction si articolerà infatti in tre piazze o saloni, ognuna delle quali rappresenta uno dei momenti fondamentali dell'innovazione: la piazza della conoscenza (square of knowledge), quella delle idee (square of ideas) e infine la piazza dell'innovazione (square of innovation). «Il prin-



Il visual per la rassegna di febbraio. Sopra, la Fiera di Udine

molare la collaborazione tra tutte le realtà attive sul territorio regionale favorendo, come auspicato dall'assessore alle attività produttive Enrico Bertossi, la creazione di un sistema fieristico unitario». I principali settori ospitati ad Innovaction riguarderanno le biotecnologie, le nanotecnologie e la microelettronica,

l'automazione e la meccanica avanzata, la logistica e i sistemi intelligenti integrati, i trasporti navali e le attività portuali, l'agroindustria e la sicurezza alimentare, l'ingegneria ambientale, i nuovi materiali, il legno e l'arredamento, il management, l'organizzazione, la formazione e la comunicazione. «Ci saranno iniziative studiate per gli addetti ai lavori - continua Tripani - ma anche momenti di cultura generale accessibili a tutti tra cui per esempio un convegno curato dallo studio Ambrosetti sugli scenari socio-politici, tecnologici ed economici del futuro». Dopo aver raccolto le adesioni riservate a tutti i soggetti attivi nel processo innovativo, sul sito di Innovaction (www.innovactionfair.com) sarà infatti possibile prenotare l'accesso alla fiera (che sarà gratuito) anche per i semplici visitatori.

Il processo innovativo è semplice - illustra Tripani -, abbiamo previsto un momento di condivisione delle conoscenze e delle esperienze a mezzo di workshop, seminari e gruppi di discussione nella prima piazza, poi l'incontro fra domanda e offerta di idee innovative e infine quello fra domanda ed offerta di innovazione che porta le idee a confrontarsi con il mercato innovando il sistema. Si tratta di un nuovo modo di intendere la fiera - dice ancora Tripani che ha assunto la direzione di Udine Fiere dopo 19 anni trascorsi in qualità di direttore di Fiere Gorizia (di cui ancora coordina sul piano tecnico-organizzativo l'attività in attesa della fusione prevista entro la fine del 2006 proprio con Udine Fiere secondo quanto stabilito dal protocollo di intesa delle due camere di commercio) - che mi auguro possa anche sti-

ESCLUSIVO. A colloquio con Isaac Getz

Il professore

di Camilla De Mori

Per «pescare» l'innovazione il Friuli Venezia Giulia deve sfidare il paradosso. Buttare la sua rete non nel mare, ma sulle cime innevate. Parola di innovatore. A giurare che è quello il sistema per una pesca miracolosa è Isaac Getz, docente di Management European School of Management di Parigi, una delle più blasonate ed esclusive scuole europee per manager, scelto in virtù del suo sconfinato curriculum come consulente dell'esecutivo Illy e membro del Comitato scientifico del Premio regionale per l'innovazione.

«Questo premio - spiega Getz, esperto di management di fama internazionale e autore di alcune delle «bibbie» sull'innovazione applicata all'impresa - è una sorta di grande rete che si getta non nell'Adriatico, ma in montagna, anche in Carnia, nei luoghi più disparati, abbiamo trovato imprenditori e proprietari di piccole e medie aziende che con le loro idee hanno vinto il premio. Il che dimostra che è perfettamente possibile essere innovativi e crescere anche dentro vecchie tipologie di aziende». E anche, secondo lui, la dimostrazione che la Regione aveva visto giusto, quando istituendo questo

riconoscimento «abbiamo deciso di non cercare modelli da seguire in Piemonte o nella Silicon Valley, ma ci siamo detti: andiamo in Friuli e vediamo se c'è qualcosa che può servire».

Ma la scoperta che il seme dell'innovazione alberga (e anzi, cresce ben più vigoroso) anche lontano dai centri del potere e dell'economia non basterà da solo a far fare alla regione il salto di qualità. Come non basterà neppure, secondo il consulente regionale per l'innovazione, puntare sui brevetti, come proponeva (nell'intervista apparsa sull'ultimo numero di Udine Econo-



Techno Seed intende avviare, attraverso il Comitato tecnico finanziario, strategie innovative di ingegneria finanziaria a supporto delle start up selezionate. A questo proposito è in fase di definizione il fondo Techno Seed destinato a erogare finanziamenti agevolati e partecipazioni al capitale di rischio delle neo-imprese. L'erogazione dei benefici concessi a coloro che superano la selezione è subordinata all'avvenuta costituzione dell'impresa che dovrà avere sede legale e

operativa nell'ambito del territorio del Friuli Venezia Giulia. Attualmente al vaglio del Comitato scientifico ci sono invece 11 realtà impegnate nei settori dell'ambiente, dell'informatica e delle biotecnologie. L'ultimo servizio attivato all'interno del Parco intestato a Luigi Danelli è invece lo sportello Spazio impresa che offre assistenza per la ricerca tecnico scientifica nei processi di trasferimento techno-

UN ANNO DI PARCO TECNOLOGICO

Il futuro è in via Linussio

A un anno di distanza dalla sua inaugurazione, nel Parco scientifico tecnologico udinese si sono già insediate 9 aziende e il capitale sociale è più che raddoppiato: da 500 mila euro il fondo consortile è passato a 1 milione e 90 mila euro. Inoltre altre 11 aziende hanno presentato domanda di insediamento e sono attualmente al vaglio del comitato scientifico.

Il bilancio del primo anno di attività tracciato dal presidente e dal vice presidente di Friuli innovazione, Furio Honsell e Alessandro Trovatelli, in-

sieme ai soci del consorzio, è dunque più che positivo. Il Parco scientifico e tecnologico è uno dei 30 esistenti in Italia e può contare su 16 milioni e mezzo di finanziamenti pubblici. Fanno parte della compagine sociale di Friuli innovazione, il consorzio che gestisce il centro di ricerca, l'università di Udine che detiene il 15,64% delle quote, la Fondazione Crup, l'Agemont, la Camera di commercio, il Comune e l'Assindustria di Udine, l'Area Science park di Trieste, il Mediocredito, il consorzio Ziu, il Centro di ricerche Fiat e l'Ires.

L'attività principale del Parco di via Linussio è incentrata sull'incubazione di imprese Techno Seed dove al momento stanno muovendo i primi passi 7 nuove potenziali aziende. Tra le imprese in fase di incubazione vi sono progetti relativi a un nuovo metodo di utilizzo di cellulari e palmari, nuovi software per la ricerca, strumenti innovativi per il turismo e per l'organizzazione delle risorse umane, un sistema di monitoraggio della filiera lattiero-casearia per ridurre i rischi di gestione, un'apparecchiatura per regolare la gra-

nulosità del manto stradale e un progetto di E-learning per la realizzazione di portali personalizzabili. Tra i servizi messi a disposizione per le neo-imprese selezionate vi è la possibilità di accedere per un periodo massimo di tre anni agli spazi attrezzati all'interno del parco scientifico e tecnologico. La fase di incubazione Techno Seed offre infatti consulenze strategiche e finanziarie qualificate, contributi a fondo perso di 20 mila euro per sostenere la fase di avvio e altri strumenti innovativi di finanziamento. In particolare

z, famoso docente dell'Escp-Eap di Parigi, consulente della Regione Friuli Venezia Giulia per l'innovazione

sore che sussurra a Illy



ma ndr) Davide Petraz della GIp di Udine, che nel capoluogo friulano punta a creare una super-scuola per insegnare agli imprenditori la tutela del marchio industriale.

«Queste sono due problematiche diverse. - chiarisce Getz - Da una parte c'è l'innovazione che fa riferimento ai brevetti ma non è uguale ai brevetti. Mi spiego: i brevetti possono andare bene per l'innovazione, ma a volte hanno un impatto negativo sulla stessa innovazione, perché la bloccano, fermando la partecipazione di molte aziende ai nuovi mercati che vanno delineandosi. Per esempio, la macchina a vapore di

Watt, brevettata a Birmingham con una durata di vent'anni impedì a tutti di produrre motori a vapore, di conseguenza la Gran Bretagna e il mondo non hanno avuto la possibilità di disporre in maniera sufficiente di nuovi motori. L'innovazione, invece, nella sostanza riguarda le persone che si fanno carico di iniziative negli ambiti più diversi, per sviluppare nuovi prodotti o nuovi sistemi di distribuzione, nuovi metodi di vendita o di approvvigionamento...». Insomma, conclude, «innovare è qualcosa di universale, anche se è difficile spiegare come si fa». Ma Getz (la Regione, d'altronde, lo stipendia proprio per questo) ci prova eccome a spiegare alle piccole e medie imprese, spina dorsale dell'economia friulana, come diventare concorrenziali puntando sulle idee.

Anche la Regione e gli enti locali, però, dice, devono fare la loro parte. Perché la sua ricetta per fare del Friuli Venezia Giulia la terra dove ogni impresa sogna di mettere radici recita chiaro: meno paletti burocratici e più apertura all'esterno. «In virtù di questa iniziativa individuale verso l'innovazione molti sono i passi che devono condurre alla creazione di un valore economico. Gli enti come la Regione non possono sostituirsi all'iniziativa dei singoli, non possono dire

loro cosa va fatto, ma possono fare molto nel semplificare loro la vita. Per esempio, se c'è un imprenditore che qui vuole mettere in piedi un'azienda o vuole far crescere quella che ha o deve costruire un impianto o un magazzino, deve ottenere magari trentacinque autorizzazioni diverse e attendere mesi. Ma se la Regione adesso facilita e semplifica tutto questo iter amministrativo per abbattere il numero di autorizzazioni necessarie, è chiaro che per un imprenditore che lavora in questa regione la vita sarà più semplice e diventerà quindi interessato a investirci anche chi viene da fuori». Un discorso che potrebbe calzare a pennello al Friuli. «Io - dice Getz - conosco il Friuli Venezia Giulia molto poco. Lo conosco meglio di altre regioni perché ci lavoro. So che è intenzione della Regione creare delle condizioni che consentano alle aziende di adottare metodiche più imprenditoriali. L'obiettivo è quello di creare una concorrenza fra le regioni, diventando la sede migliore per le attività economiche e per gli imprenditori che vogliono crescere e produrre innovazione. Un esempio? In Europa si fa sempre l'esempio degli Stati Uniti, ma ci si dimentica che negli Usa ci sono 50 stati e ciascuno stato fa la propria politica in termini di promozione delle attività economiche. Non solo la fiscalità è diversa, ma tutte le condizioni lo sono. Così chi vuole avviare un'attività economica magari sceglie il New Hampshire e non il Massachusetts».

Immagini dal Techno Seed, nel parco tecnologico. A sinistra, la prof. Cristiana Compagno

dell'impresa e incubazione». In particolare è prevista la costituzione delle seguenti liste: esperti in business administration, esperti in management dell'innovazione, trasferimento tecnologico e tutela della proprietà intellettuale e, infine, esperti in project management nell'ambito delle Ict (Information & Communication Technology). Ancora da definire invece l'apertura del Comprensorio di Area science park che coordinerà la rete dei parchi regionali.

Cristian Rigo



Una strada che anche la nostra regione, secondo il guru dell'innovazione, deve mettersi in testa - e

presto - di percorrere. «Il Friuli Venezia Giulia credo abbia un asso nella manica da giocare, in Italia

Eurotech e, sotto, PlastOptica: innovazione spinta all'interno dell'Agemont di Amaro. A sinistra e sotto, Riccardo Illy e due ritratti di Isaac Getz

e in seno alla comunità europea. Perché l'Ue può essere ricondotta al caso degli Stati Uniti: nell'Unione europea, infatti, ci sono cento regioni che concorrono. L'azienda a gestione familiare qui può scegliere, per esempio, di andare in Slovenia o in Croazia o di restare in Friuli. La carta che il governo regionale deve giocarsi è far diventare il Friuli Venezia Giulia una regione che è in grado di formare un ambiente favorevole alle aziende esistenti perché possano trasformarsi e crescere e un habitat favorevole anche per i nuovi imprenditori, che possono arrivare anche dall'estero, a prescindere dal settore di interesse». Non è il momento di fare razzismo imprenditoriale, insomma. «Non possiamo dire che in Friuli Venezia Giulia abbiamo soltanto il clima favorevole per imprese del distretto della sedia o solo per aziende a elevato contenuto tecnologico. Sempre prendendo spunto dagli Usa, basti pensare che oggi l'azienda più grande al mondo è l'americana Walmart, creata da uno degli Stati più poveri degli States, l'Arkansas. E' impossibile anticipare quello che gli imprenditori possono riuscire a fare. Anche in Friuli».

IL SUO LIBRO

Il valore delle piccole idee



Isaac Getz è docente di management delle idee e dell'innovazione all'Escp-Eap di Parigi. È consulente dell'esecutivo Illy e membro del Comitato scientifico del Premio Friuli Venezia Giulia per l'innovazione. La sua opera più nota è il libro «Le vostre idee cambieranno tutto! Il valore delle piccole idee», scritto assieme a Alan G. Robinson. Il volu-

me è stato tradotto in italiano nelle edizioni del «Sole 24 Ore», con una prefazione di Riccardo Illy, e allegato recentemente al fascicolo del «Nord Est» grazie al patrocinio della Regione Friuli Venezia Giulia.

Secondo Getz le idee sono il carburante dell'innovazione e rappresentano il futuro di ogni azienda. Ecco perché la differenza tra un'impresa vincente ed una in difficoltà è determinata dalla capacità dei rispettivi dipendenti di produrre iniziative, stimolati dal vertice grazie a condizioni ambientali ideali che garan-

tiscano a tutti - al di là dei ruoli - rispetto, dignità e la possibilità di partecipare alla crescita complessiva.

Citando esempi di alcune importanti aziende multinazionali, Getz sottolinea come la «cultura dell'iniziativa» sia il vero e proprio valore aggiunto dell'economia. Nelle grandi aziende vincenti, il personale fornisce dalle 13 alle 110 piccole ma importanti idee all'anno, che devono essere affrontate, discusse e realizzate entro un tempo massimo di un-tre giorni al massimo per non disperderne la forza creativa.



logico, per la ricerca finanziaria e anche consulenza per lo sviluppo di business plan. Attraverso lo sportello dell'Agenzia per la promozione della ricerca europea (Apre) vengono inoltre fornite informazioni, formazione e assistenza sui programmi europei, nazionali, regionali e provinciali di ricerca e sviluppo tecnologico.

L'incubatore d'impresa Techno Seed diretto da Cristiana Compagno che

al momento, tra dipendenti, ricercatori e collaboratori, conta su un organico di 34 persone, intende inoltre attivare un network di consulenze altamente qualificate anche esterne alla struttura. Sono infatti costituite tre liste di consulenti Techno Seed. I consulenti accreditati potranno offrire i servizi di consulenza previsti per i partecipanti alla fase di «Sviluppo del progetto imprenditoriale» e di «Avvio

SCENARI



La bicicletta come "nuovo" modello di turismo. E una rete di ciclovie da integrare

Viaggiare con lentezza

C'è un progetto per destinare alle due ruote tutta la ferrovia pontebbana dismessa

di Francesco Micelli

Il problema è sempre lo stesso: distinguere possibilità e virtualità. Quando ci si dispone ad agire, quando si conoscono i materiali a disposizione tutto si articola secondo un progetto. Ogni progetto è virtuale, ma il termine merita il suo filosofico blasone soprattutto quando opera in grande, quando combina insieme più ambiziosi progetti. Il tracciato ciclistico che virtualmente collega bacino danubiano e seno adriatico muovendo da Tarvisio, raggiungendo prima Udine quindi Lignano e Grado è uno di questi: risolverebbe desideri e proposte più volte formulate da turisti e sportivi, amministratori pubblici e politici. Non solo. Mentre terrebbe in massimo conto l'età media dei friulani e degli europei confinanti, incontrerebbe anche il dovere di conservare "beni culturali" come la dismessa linea ferroviaria pontebbana. Il rispetto per Gabriele Luigi Pecile e la sua ottocentesca battaglia per il velocipede, che la città di Udine aveva vietato, il peana per la ferrovia pontebbana intonato da Giovanni Marinelli incrocerebbero le recenti scanzonate pagine di Paolo Bizzarro quando nel suo "Vietato volare" conta tutte le stazioncine che da Udine lo separano ai centri di fondovalle delle Alpi Giulie. Gli elementi concreti per disegnare in termini virtuali una lunga via ciclabile, che colleghi Austria e Adriatico, implicano momenti economici, momenti culturali, progetti in atto. Soprattutto però sollecitano senso della memoria, capacità di innovazione, volontà di fare.

Lignano e Grado sotto il profilo della storia e soprattutto dell'ambiente sono vere meraviglie. La sufficienza con cui gli ignoranti a volte le trattano è dovuto anche al modo con il quale sono raggiunte: l'automobile impedisce qualsiasi possibilità di apprezzare i microclimi di Lignano, la nobiltà urbana di Grado. I tempi reali di percorrenza e l'eccesso di costruzioni provocano disaffezione da parte del normale consumatore di paesaggi, una disaffezione soltanto incentivata dai costi, forse eccessivi, dell'ospitalità. Il turista, che per anonimi suggerimenti apprezza soprattutto il lontano e la velocità con cui i luoghi possono essere raggiunti,



che compara i prezzi sulla base di pacchetti-offerte abilmente confezionati, finirà per andare sempre più altrove.

L'unico modo per rianimare l'interesse è probabilmente quello di rivalutare la lentezza, proporre nuovi modi di viaggiare: Lignano e Grado si apprezzano diversamente se si scende da Camporosso in bicicletta avvertendo nel proprio corpo il continuo mutare dell'aria, della terra, della vegetazione, osservando le tracce della storia, la sobria vetustà dei paesaggi. Lentezza e velocità sono ovviamente termini relativi. Infatti gli automobilisti in coda da Tricesimo a Udine, da Latisana a Lignano possono farsi una idea concreta dell'inferno come pena eterna, mentre un sessantenne in salute in sei-sette ore avventurose può arrivare da Camporosso a Grado pedalando senza troppo affaticarsi e senza curarsi affatto di quei coetanei che in cinque ore e mezza filate sono arrivati a destinazione.

La rete di ciclovie che innerva l'Austria, imitando collaudati modelli del Nord Europa, ha già attirato l'attenzione degli italiani e dei friulani. E' questa una scelta di vacanza abbastanza frequente soprattutto tra i non giovanissimi, tra coloro cioè che hanno maggior bisogno di movimento e di aria aperta. I recenti stanziamenti e le recenti iniziative della nostra regione e della nostra provincia sono corsi ai ripari, hanno già consentito tratti di pista ciclabile piuttosto interessanti. Si tratterebbe di saldare i segmenti, di riabilitare a pieno la bicicletta come volle e vorrebbe il Pecile superando - per cominciare - i veti di quei Comuni, che opponendosi al transito protetto delle biciclette, si ispirano alla Udine ottocentesca più retriva e codina.

Il Canal del Ferro può sembrare privo di grazia e di sole, ma è pur vero che riserva improvvisi squarci di paesaggio e straordinarie acque, ovviamente invisibili a chi



viaggia in autostrada. Giovanni Marinelli, che era un grande geografo, suggeriva le vedute che il finestrino del treno concedeva nel tratto tra Stazione per la Carnia e Pontebba. Recuperare come pista ciclabile il vecchio sedime della ferrovia sarebbe in questo tratto opera meritoria. Non solo si manterrebbero le (ambigue) promesse dei giorni in cui le stazioncine di Moggio, Resiutta, Chiusaforte, Dogna, Pietratagliata e Pontebba furono abbandonate al degrado, non solo si risarcirebbero i Comuni montani, abbandonati dai ferrovieri come dalle caserme, ma si ricorderebbe la grande "opera modificatrice del suolo", il "bene culturale", assieme con il Ledra-Tagliamento, più significativo del post-risorgimento. Segni di rinascita, memoria di scelte coraggiose sono necessari ora come di rado nella nostra storia contemporanea. Attivare sulla vecchia via delle macchine a vapore una pista ciclabile, assicurare ai ci-

clisti una discesa veloce e sicura o una salita mai impegnativa, il riparo delle gallerie e dei caselli, l'ospitalità delle stazioni-ostello, libererebbe tutti dai mezzi (non sempre) veneti cui il lavoro e il pre-giudizio ci incatenano, aprirebbe condizioni favorevoli di lento e progressivo successo. Qualche corsa popolare, qualche "Adria pedala", nobiliterebbe il percorso, che almeno in termini virtuali deve essere pensato come volontà di innovazione. In termini politici anziché proclamarci ad ogni piè sospinto ponte tra Europa transalpina e cisalpina, potremmo disegnare e costruire senza troppi indugi questo concreto legante soppesando in quanto regione le convergenti esigenze della nostra montagna e della nostra pianura.

Nel 1894 Marinelli, ragionando sulle speranze, che i fautori della ferrovia Pontebba-Udine avevano concepito nel 1879, nell'anno in cui il treno raggiunse Pontebba, affermava

In senso orario: parete tra Dogna e la Chiusa; la vecchia stazione di Dogna; vista dal ponte ferroviario di Dogna; il viadotto della Chiusa. Accanto al titolo, la vista dal viadotto

che la linea reggeva a meraviglia il traffico tra Carinzia e Venezia, che il profitto non doveva misurarsi contando il provento dei biglietti staccati nelle quindici stazioni. Forse il geografo ripeterebbe lo stesso giudizio per la nostra virtuale ciclovie insistendo di certo sui raccordi con le valli laterali e incitando - come sempre fece da presidente della Società Alpina Friulana - giovani e non giovani alla pratica congiunta di ciclismo e alpinismo. Senza manie, naturalmente! Per esempio accetterebbe che certe gallerie come quelle di Resiutta potessero essere evitate o mantenendosi in riva idrografica destra del Fella da Ponte Peraria a Moggio per Rovereto e Ovedasso, oppure recuperando con audaci, ma non difficili varianti la vecchia e solida stazione di Resiutta da trasformare immediatamente in ruvido ostello, snodo per la Val di Resia, sosta prima delle salite che toccherebbero a chi volesse raggiungere Tarcento per Sella Carnizza e Ucea o a chi meno eroico volesse più semplicemente godersi ai piedi del Monte Canin i terrazzi sui quali sorgono S. Giorgio e Prato, Gniva e Oseacco.

Risolvere i problemi della sicurezza e adottare soluzioni razionali in questo campo servirebbe a presentare la nostra regione nella sua miglior veste di iper-modernità: l'abbandono dell'auto nei momenti del riposo e l'adozione delle risorse elettroniche per garantire il tragitto in bici nei tratti troppo appartati, la capacità di assegnare un ruolo alle gallerie e ai ponti della ferrovia dismessa, di interpretare e sfruttare il ritmo delle stagioni inventando per l'inverno usi alternativi della pista, costituirebbero ambiziosi traguardi, meriterebbero la stessa immediata di una guida virtuale del Canal del Ferro, tesa - quanto quella marinelliana - a inventare opportunità di sviluppo, a non confidare troppo nella lentezza del declino italico, a congiungere sempre nei progetti - magari solo con una pista ciclabile - montagna e pianura friulane.

TURISMO



Il rogo alla stazione della funivia del Lussari e i rischi per la stagione invernale

Tarvisio oltre lo shock

Molte le contromisure, ma c'è tutta una situazione di crisi strisciante da rimediare

di Oscar Puntel

La "punta di diamante" dell'economia tarvisiana (Da Pozzo), la "spina dorsale" del carosello bianco (Baritussio), la "pista di richiamo" del comprensorio (Vidoni) è una distesa bianca che scende dalla montagna. Senz'anima. Qualche temerario ci sale con le ciaspole ai piedi o con le peli di foca appiccicate agli sci, lungo il sentiero del pellegrino. Vedere, invece, quelle frotte di sportivi e appassionati che si accalcavano agli impianti della futuristica telecabina è solo un sogno. Che rischia di diventare incubo, per tanti operatori e commercianti, il vero "indotto" stagionale dell'impian- to. E sono loro, adesso, i primi con il naso all'insù, quasi a chiedere un miracolo, verso il monte Lussari e l'omonimo Santuario, pozzo senza fondo di tanti desideri e speranze, che curiosamente accomunano sacro e profano, pellegrini e imprenditori, preti e sportivi: Quando la telecabina tornerà a funzionare come prima? Quando la situazione si normalizzerà?

Il circo bianco del tarvisiano, con oltre 20 km di piste e innevamento no stop, almeno nella prima fase della stagione dovrà giocoforza far mancare la sua perla, la pista "Di Prampero". L'economia generale della vallata potrebbe risentire qualche contraccolpo, se l'attesissimo turista "senza frontiere", lo snowboarder sloveno, il discesista austriaco decidessero di disertare l'intero comprensorio o di affollare quelli concor-



Nevicata a Tarvisio. A destra, la stazione della telecabina del Lussari devastata dall'incendio



renti, visto che manca il gioiello di casa. Tutto potrebbe accadere, ma non fare nulla per impedirglielo sarebbe fatale per l'intero sistema, economico e turistico, della vallata. «Indubbiamente è un colpo non facile - spiega Giovanni Da Pozzo, presidente di Confcommercio, con l'aggravante che si sia presentato a inizio della stagione e con la neve arrivata in anticipo rispetto agli anni passati. Il Lussari è la testimonianza che l'economia montana punta sul turismo. La stagione però non può considerarsi buttata via. Anche se si parla di riapertura dopo le festività, questo incidente comunque penalizzerà il tradizionale afflusso previsto sotto Natale e Capodanno. Le istituzioni hanno dimostrato la capacità di predisporre interventi rapidissimi: la Regione si è da subito interessata, così come lo sforzo di Promotur è stato encomiabile».

Intanto, mano alle contromisure. Come quella di far partire prima la stagione invernale. Non accadeva da trent'anni, nel-

la terra dei Krampus e dei San Niccolò, che porte e paletti si cominciasse a piantare su manto naturale fin dai primi giorni di dicembre. Piuttosto, si aspettavano le festività. Invece, la tanto sospirata neve ha portato anche il primo pienone, sulla pista nera "B". Promotur ha "rimaneggiato" anche i prezzi, al ribasso, per fidelizzare i clienti. «Tarvisio può contare su un'offerta variegata - precisa Vidoni -: andiamo dalle piste facili della "Duca d'Aosta", all'intermedia del "Florianca", fino alla nera della "B". E' presto per capire quanto peserà la mancanza del Lussari. Dai dati sulle prevendite, al primo di dicembre, registriamo quasi una compensazione, l'effetto neve sembra aver attratto una quota importante di sportivi, anche se solo a fine stagione potremmo capire come veramente sono andate le cose, nel bilancio definitivo».

«Vorremmo fosse chiaro - ha rimarcato l'assessore regionale alle Attività produttive, Enrico Bertossi, durante i lavori alla "Con-

ferenza regionale sul turismo" - che Tarvisio non è solo Lussari. A Tarvisio vi sono altri 20 km di piste, ci sono altri impianti, alcuni nuovi, perfettamente funzionanti. Nei prossimi anni saranno investiti in montagna 200 milioni di euro e 23-24 milioni di questi toccheranno a Tarvisio per altri investimenti turistici, fra cui il collegamento "Lussari-Florianca"».

Le voci sulla riapertura si rincorrono. Il rimpallo è fra Camporosso, stazione della telecabina, e Tavagnacco, quartier generale della Promotur. L'impianto potrebbe ripartire in febbraio, dopo i lavori per la ristrutturazione dell'intero edificio, la riparazione dei danni e la sostituzione della fune, spezzata dalle fiamme dell'incendio. Da Promotur non trapelano date certe. Quasi scaramanzia. «Ormai arriviamo a metà stagione - dice Luca Vidoni, presidente di Promotur - Stiamo lavorando a incastro, con una tempistica cadenzata. Le variabili in gioco sono talmente tante che finché non abbiamo

certezze corriamo il rischio di scivolare sulle bucce di banane».

Lo spauracchio si trascina anche sull'occupazione stagionale. «Il Lussari è l'attrattiva che porta clienti in più e ci auguriamo quanto prima di uscire da questa fase transitoria. Non dimentichiamo che la telecabina serviva un villaggio in quota, in prossimità del Santuario, e anche Camporosso sviluppa molte attività economiche intorno a questa realtà» spiega il sindaco di Tarvisio, Franco Baritussio. «Molte di queste - continua il primo cittadino - avevano già provveduto alle assunzioni di personale e ora si trovano nelle condizioni di non poter lavorare. Abbiamo organizzato diversi incontri, per vedere come far fronte a questa situazione. Ci aspettiamo una reazione di tutta la comunità per crescere ancora di più. Stiamo migliorando l'ospitalità e sul fronte dell'informazione, cerchiamo di propagandare che anche se il Lussari non è disponibile, non per questo è ferma tutta la stagione».

Ci mancava anche l'incendio, a incidere sull'economia di un comune, su cui pesa ancora lo spettro di Schengen. Con le dogane che non ci sono più, le corriere dall'Est che si sono volatilizzate, lo storico mercato che si vota inutilmente a San Gennaro, a tutto ci si rifà pur di scacciare il vento della crisi. Anche sul look. Piccoli accorgimenti, per potenziare l'offerta. Un maquillage estetico di tutto punto: rifatta la piazza, pronta a ospitare manifestazioni collaterali assieme a una piccola piattaforma per il pattinaggio su ghiaccio, con un lifting d'asfalto, il sedime ferroviario, su cui prima correva il "Romulus", oggi è diventato una pista ciclabile che d'inverno viene usata per lo sci di fondo. Passa in mezzo ai grandi casamenti dallo stile asburgico che caratterizzano il centro. E c'è già chi suggerisce di farci correre slitte e renne: l'equivalente delle gondole di Venezia, che a Villach, subito al di là del valico di Coccau, è la manna del turismo radical chic.

GIOCA LA CARTA DELL'INTEGRAZIONE LA STAZIONE ITALO-AUSTRIACA

Pramollo in Valcanale

Naßfeld-Pramollo sta in Carinzia, ma al confine con il Friuli. Può essere quindi "cooptato" nella nostra regione, non soltanto perché è frequentato da migliaia di sciatori friulani e triestini (ma anche veneti), ma anche perché il suo ruolo economico si riverbererà sempre più sulla nostra regione.

Gli elementi che qualificano Naßfeld-Pramollo come "sesto polo friulano" sono emersi alla conferenza stampa di presentazione della stagione sciistica. Il primo è il futuro collega-

mento funiviario tra Pontebba e le piste di sci in quota. La partenza è prevista a Pontebba, sul sedime dell'ex stazione ferroviaria. Il tragitto consentirà un collegamento a fune di 4,4 chilometri, con due sole cam-pate, una delle quali di 3 chilometri, record mondiale nel settore. I problemi non sono però ancora tutti risolti. L'area delle Ferrovie deve ancora essere ceduta e l'accordo per modificare il progetto attribuendogli la valenza di variante urbanistica deve ancora essere sottoscritto. I tempi di esecuzione non sono

quindi certi (si è indicato nel 2007 l'apertura del cantiere e nel 2009 l'entrata in funzione dell'impianto: fino a due mesi fa sembrava che dovesse essere pronto per il Natale 2008).

L'aggancio di Pontebba a Naßfeld-Pramollo significa una rivoluzione per l'economia turistica dell'intera Valcanale. In futuro infatti tutte le località della valle potranno essere "vendute" alle Borse internazionali del turismo vantando un'offerta di oltre 100 chilometri di piste: le piste del Tarvisiano e quelle di Naßfeld-Pramollo saranno

raggiungibili in pochi minuti di telecabina.

In questa prospettiva ci si sta già muovendo con un raddoppio del budget pubblicitario in Italia. Si vuole far conoscere Naßfeld-Pramollo anche al di là del Veneto, perché in una ipotetica classifica delle stazioni sciistiche italiane (stilata mettendo a confronto impianti, piste, posti letto, servizi, prezzi), si collocherebbe al 7. posto.

Il signor Rossi di Bologna potrà così sciare sulle piste austriache di Pramollo, alloggiare al riaperto albergo "Stelutis alpinis" di Pon-



Il pupazzo simbolo di Naßfeld Pramollo

sentirà di sciare nei cinque poli sciistici della regione, al Dreiländereck, a Weisbriach e a Naßfeld-Pramollo. Costa 350 euro (170 per i ragazzi), soltanto 20 euro in più dello skipass regionale.

E' un primo passo importante (il successivo sarà la disponibilità di skipass transfrontalieri settimanali). Testimonia la volontà di fare sistema con una rete di impianti che distano tra loro non più di 30 chilometri e che rendono l'intero comprensorio competitivo a livello europeo.

Marco Di Blas

I PIACERI



Al Campanile di Scodovacca dove resiste la migliore tradizione della cucina d'antan

Un Orchestròn di sapori

Così Betti reinventa una storia di ricette della nonna che risale al Friuli austriaco

di Bruno Peloi

I cibi buoni d'un tempo. I sapori, i gusti, gli aromi legati ai ricordi d'infanzia. Ricette antiche, selezionate e rivisitate per renderle attuali, ma con basi immutate. Sono le linee portanti della gastronomia del ristorante Al Campanile di Scodovacca.

La titolare è Betti Duca. Con lei collaborano la sorella Anna, mamma Luisa e papà Antonino. Locale, dunque, a stretta gestione familiare. Anche il motto della casa è emblematico: "Cucina genuina, servita con amore".

È bella la storia delle ristoratrici Betti e Anna, entrambe diplomatesi in materie tecnico-commerciali. Per farle proseguire nel lavoro di famiglia, decisivo si rivela un incontro col giornalista enogastronomo Bepi Pucciarelli, che le sprona a non mollare l'arte dei fornelli e dell'accoglienza ai tavoli. Le sorelle Duca nel 1996 raccolgono la sfida e continuano dunque il mestiere avviato dai loro avi a inizio Ottocento. Il capostipite è Domenico Duca, titolare di uno spaccio d'alimentari e coloniali. La ditta poi si trasforma in "osteria calzoleria" (sic!). Bisogna attendere il 1900 per veder comparire la parola "trattoria". Nel secolo scorso il locale s'afferma definitivamente: tuttora si ricordano le gestioni di Amos Duca e della moglie Modesta (dal 1949) e poi del loro figlio Antero con la consorte Anna Maria (dal '76 al '96). Antero (fratello di Antonino, il padre di Betti e Anna) è persona stimata da tutti. Ancor oggi un suo ritratto (opera del pittore Flavio Comar) "osserva" i



Betti e Anna Duca sotto il ritratto dello zio. A destra, l'ottocentesco Orchestròn. Accanto al titolo, uno scorcio del ristorante



COME & DOVE

L'albergo-trattoria Al Campanile si trova al numero 3 di via Fredda, a Scodovacca (Cervignano). Telefono 0431-32018, fax 0431-30771. Prenotazione gra-

data: per garantire un ottimo servizio, la famiglia Duca preferisce non superare i 25-30 coperti (pur se i posti a tavola sono un centinaio). Il prezzo medio d'un pasto è

di 25-30 euro più bevande (accettate le carte Bancomat, Visa e Mastercard). Chiusura lunedì e martedì. Disponibili dieci spaziose camere da letto, tutte con bagno.

commensali da una parete del salone dove troneggia l'orchestron (strumento ottocentesco al cui suono di ballava).

Ma torniamo alla gastronomia, ricordando che Betti impara l'arte grazie alle ricette delle nonne (l'una cuoca di un sacerdote, l'altra di un podestà) e della zia Anna Maria. Il resto lo fa un corso alla scuola udinese di cucina Arcimboldo, di Gianna Modotti.

"Ci teniamo - dicono Betti e Anna - a preservare i gusti antichi. Per que-

sto, adoperiamo sì le attrezzature moderne di cucina, ma anche le pentole d'un tempo. Facciamo largo uso - proseguono - di erbe aromatiche, selvatiche e di campo, raccolte da persone esperte. Come la perpetua siora Bruna che ci procura il Buon Enrico (spinacio selvatico) e la borragine di montagna; altri appassionati ci portano lo sclopit, i bruscardoli, i funghi... Spesso si addivene al baratto: una borsa d'ortiche per una bottiglia di vino...".

Si arriva così a una serie di piatti delicati e al contempo gustosi. In questo periodo, per esempio, tra gli antipasti: lardo con verdure in agrodolce, muffins (tortine salate) ai carciofi, polentina al prezzemolo con salsiccia sbriciolata e montasio. Tra i primi: tagliatelle con crema di spinaci e raguttino di vitello, gnocchi con radicchio di Verona, crespelline alle insalate invernali. Tra i secondi: musetto e brovada, frittate alle erbe (cotte in padella a fuoco lento e poi

arrotondate), selvaggina da pelo e da piuma.

I dolci li fa Anna: suggeriti la torta ciocca (con cioccolato e Refosco), la millefoglie e lo strudel di mele (da ricette delle nonne).

La cantina è seguita da Antonino: si servono vini di ottime aziende regionali; in mescita Tocai e Refosco dell'Amministrazione Ciardi di Villa Vicentina, già tenuta napoleonica. Liquori della Distilleria Aquileia.



Valeria Domenis nel suo negozio di Azzida

DOLCEZZE AD AZZIDA

La gubana di nonna Valeria

di Teresa Esposito

Azzida, avamposto delle Valli del Natisone poco oltre il Ponte San Quirino, ha una chiesa fin troppo grande per le sue poche anime. Tutto si svolge lì attorno. E sotto il campanile c'è anche il laboratorio della Gubana della Nonna. Entrare in questo piccolissimo botteghino significa essere pervasi dal profumo delle mele e a sacchi che attendono di essere trasformate in mitici dolci. In questo luogo per definizione "gelido" (furono

i soldati di Giulio Cesare a chiamarlo Algida, da cui Azzida) par quasi impossibile essere accolti dal simpatico e caloroso saluto della titolare, Valeria Domenis.

Donna curiosa e perspicace, Valeria è stata impiegata in diverse aziende del Friuli nel settore contabilità, gestendo una famiglia insieme ad un simpatico marito. È da sempre amante della lettura, della buona musica, del teatro e assidua viaggiatrice; adora la buona tavola e soprattutto i piatti legati alla tradizio-

ne della sua vallata, in cui si riconosce completamente. Così dieci anni fa ha deciso di rilevare il laboratorio artigianale di Azzida proprio per poter soddisfare la passione di cucinare i buoni dolci del territorio.

Ed è nata "La Gubana della Nonna". Ogni lunedì, mercoledì, venerdì e sabato, con l'aiuto di una giovane pasticceria, nel retrobottega si preparano con le ricette delle donne anziane della zona

le gubane, gli strucchi, le focacce, le torte di mele, alcune torte salate, biscotti

e crostate di confetture. I prodotti che possiamo gustare sono confezionati sempre freschi, senza quindi la presenza dei conservanti, e quando li assaggiamo in bocca esplose il bouquet degli aromi dei componenti freschissimi. Se vogliamo assaggiare una specialità di Azzida, previa ordinazione, la Valeria ci può preparare anche gli strucchi lessi, variante agli strucchi classici.

La Gubana della Nonna è solita partecipare al Friuli Doc, così come ad Idea Natale. Per le feste la

signora Domenis è impegnatissima con le sue confezioni regalo su ordinazione, anche per numerose aziende. Nei cesti oltre ai suoi prodotti è solita inserire confetture di produzione locale, miele delle Valli, vini dei Colli Orientali o una bottiglia di buon Sliwowitz. Con l'inizio del-

l'anno nuovo ed appena pronti i locali Valeria porterà il suo negozio qualche metro più in là in un ambiente più grande, così da poter iniziare la produzione di crostate di frutta e biscotti con la farina di grano duro. "La Gubana della Nonna", di Valeria Domenis: produzione artigianale di dolci tipici delle Valli del Natisone secondo la ricetta originale. Località Azzida, 15 - 33049 San Pietro al Natisone. Tel.: 0432 727234; fax: 0432 727234; sito web: www.gubanelanonna.com

CAMERA DI COMMERCIO



I distretti industriali studiati come modello di sviluppo: partnership con le Cciao

La Russia copia il Friuli

La sorpresa di uno chef friulano al galà nel Museo nazionale sulla Piazza Rossa

di Raffaella Mestroni

La Russia guarda ai distretti industriali del Friuli come modello di sviluppo. Il Governo della Regione di Mosca, nel suo programma di lavoro ha previsto la realizzazione di 60 aree da destinare all'insediamento di distretti industriali, per i quali, attualmente è in corso l'infrastrutturazione. Per studiare l'organizzazione dei distretti e la legislazione di riferimento, una delegazione di rappresentanti del Governo regionale russo verrà in Friuli Venezia Giulia nel 2006, su invito dell'assessore alle attività produttive Enrico Bertossi che, con i presidenti delle Camere di Commercio di Udine e Pordenone Adalberto Valduga e Giovanni Pavan e con una rappresentanza delle due Giunte camerale, ha presentato il sistema del Friuli Venezia Giulia a Mosca.

La missione si è svolta parallelamente alla partecipazione di oltre 50 aziende della regione alla fiera Mebel di Mosca, la rassegna fieristica dedicata al legno arredo. Dieci le imprese riunite nello stand collettivo allestito da Promosedia (Linea Fabbrica, Soft Line, Costantini Pietro, Bros-Montina, Bifase, Biliani, Bi&Ti, Rover Plus, Itf) all'interno del quale uno spazio apposito è stato riservato alle aziende premiate dal Top ten e tre le aziende artigiane (Giovanni Pizzamiglio, Music Sedie e Stefano Cosatto), mentre un'altra decina hanno scelto di presentarsi singolarmente. Altrettanto nutrita la presenza del distretto del mobile con 27 aziende partecipan-



La delegazione friulana a Mosca. Accanto al titolo, lo chef Pietro Valot (con la barba)

ti fra le quali il primo esempio di aggregazione: Pescarollo di Prata di Pordenone (pareti attrezzate e letti) Eurosalotto di Padova (divani e poltrone) e Assomobili di Alzate Brianza - Como (camere per ragazzi), che da tre anni ormai si presentano insieme.

L'export di mobili dal Friuli Venezia Giulia verso la Russia, nel confronto tra il 2004 e il 2005, è raddoppiato passando da 25 a oltre 60 milioni di euro, quello di macchine speciali si è più che decuplicato, lievitando da 6 a 64 milioni di euro, quasi quadruplicate le esportazioni di elettrodomestici, arrivate a 2 milioni 600 mila euro. Una tendenza che prosegue anche nel 2005, a conferma delle enormi potenzialità del mercato russo, soprattutto nel comparto del legno arredo. Un mercato che va presidiato, però, e affrontato con strategie di squadra sia a livello imprenditoriale sia

istituzionale. Uno degli eventi che ha riscosso il maggior gradimento, nel programma delle iniziative che hanno caratterizzato la missione a Mosca, è stato senza dubbio la serata organizzata con la casa editrice Abitare Segesta. Nella prestigiosa sede del Museo Storico Nazionale, sulla Piazza Rossa, dopo la conferenza stampa che illustrato ai numerosi giornalisti presenti il Friuli Venezia Giulia in tutti i suoi aspetti, si è svolta, "Abitare, Case da abitare e costruire" una kermesse riservata al design, alla moda, all'arredamento Made in Italy. In questo raffinato contesto, oltre alla proiezione di un video sulla regione, agli ospiti è stato servito un buffet a base di prodotti tipici regionali. Curatissimo il servizio di catering, gestito dal milanese Roberto Vilella che, con la sua società segue la maggior parte degli eventi organizzati a Mosca dal-

l'Ambasciata Italiana e "friulanissimo" lo chef: Pietro Valot, nato a San Giovanni di Polcenigo (Pn) che, dal 1975 lavora all'ambasciata americana a Mosca, "requisito" per l'occasione. "Quando sono arrivato qui - ricorda Valot - tutti mi chiedevano di preparare i piatti italiani, ma trovare i prodotti necessari era difficilissimo. Una vera e propria impresa. Oggi a Mosca si trova tutto, tant'è che gli ingredienti usati per il galadinner di questa sera li ho acquistati freschi. Nessun problema nemmeno per il vino, prezzo a parte". Un antipasto di affettati friulani (speck, prosciutto crudo, prosciutto cotto affumicato); un mix di tartine calde con assaggi di salsiccia, cotechino, ricotta fresca e affumicata; polenta e frico o, in alternativa frittata con le erbe, le proposte di Valot, il tutto accompagnato dai migliori vini bianchi e rossi. "Qualche problema - con-

fessa - l'ho avuto con i dolci: mi hanno chiesto di preparare, oltre alla gubana, anche gli "strucchi". Non li avevo mai fatti e allora ho dovuto telefonare a mia sorella, in Italia, che via Internet mi ha spedito la ricetta. Nella vita non si finisce mai di imparare, mi dico sempre, e così mi sono cimentato anche con questa novità". Sorridente, tranquillo e molto amichevole, Valot non perde d'occhio nulla di ciò che succede in cucina. Nulla sfugge al suo sguardo attento e, mentre parla, aggiunge un po' di sale qui, un pizzico di prezzemolo là, un gocciolo di vino al soffritto, un spruzzatina di aceto nella pirofila che sta per essere messa in forno. Apprezzatissimo dagli americani, nella sua lunga carriera ha visto passare ben 10 ambasciatori e ha preparato cene sontuose per Nixon, Regan, Bush e, pochi giorni fa, per Condoleza Rice. "Il commensale più difficile - ricorda ridendo - è stato Vladimir Gorovich, pianista famosissimo ma assai singolare. Mangiava di notte, mentre di giorno dormiva. Voleva solo certi cibi, e li ordinava al momento, lì per lì, quindi accontentarlo non è stato semplice, ma alla fine ha ringraziato per l'ospitalità e mi ha fatto i complimenti". Nulla lo spaventa, abituato com'è a preparare pranzi anche per 1.500 persone. "Mi organizzo per tempo e, con l'aiuto di mia moglie e dei ragazzi di cucina, stivo nel congelatore tutto ciò che serve". Nostalgia dell'Italia? Non troppa, anche perché le vacanze le trascorre sempre in Friuli Venezia Giulia, di solito a Lignano.

AGROALIMENTARE Vetrina friulana a Bratislava

In occasione dell'ottavo Summit Economic Forum organizzato dall'Iniziativa Centro Europea (Ince) a Bratislava, dove sono giunte oltre mille persone tra ministri, alti funzionari, rappresentanti di istituzioni regionali, nazionali e internazionali, consulenti e imprenditori, la Camera di commercio di Udine ha promosso una serie di incontri finalizzati a divulgare il sistema agroalimentare italiano e friulano, a incentivare la nascita di accordi di cooperazione internazionale e di partenariati regionali, a conoscere i mercati di riferimento.

Due le iniziative che l'ente camerale udinese ha coordinato: un seminario sulla tutela dei marchi nel comparto agroalimentare (fra i casi di *best practice* anche l'analisi del caso del prosciutto di San Daniele) e un incontro sulle strategie di marketing relative al settore vitivinicolo (con il Movimento Turismo del Vino a illustrare la propria esperienza). La presenza friulana a Bratislava si inserisce nella strategia di ampliare, nei paesi dell'Est che aderiscono all'Ince (Albania, Austria, Bielorussia, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Ex Repubblica Jugoslava di Macedonia, Moldova, Polonia, Romania, Repubblica Ceca, Serbia e Montenegro, Slovacchia, Slovenia, Ucraina, Ungheria), le quote di mercato del vino friulano.

I LABORATORI CCIAA AL PARCO TECNOLOGICO

Azienda speciale ambiente

Da Laboratorio chimico merceologico ad Azienda speciale Ambiente. Si è appena conclusa la fase di riorganizzazione della struttura della Camera di Commercio che si occupa delle analisi chimiche e microbiologiche nei settori agroalimentare e ambientale oltre che dello sviluppo della qualità e dell'innovazione. La nuova realtà è già pronta ad operare, in attesa del suo definitivo trasferimento nel Parco Scientifico Tecnologico di Udine, all'interno di un edificio

per la costruzione del quale il Consorzio Friuli Innovazione ha presentato alla Regione richiesta di contributo. Attualmente guidata da Roberto Rigonat, presidente della Coldiretti e componente della Giunta camerale, dal gennaio 2006 la nuova Azienda Speciale potrà contare su un rinnovato CdA all'interno del quale Renzo Mattioni, esperto e tecnico del settore, ricoprirà la carica di vice-presidente. La struttura della rinnovata Azienda Speciale sarà caratterizzata da un team

di esperti, guidati da Enrico Tallandini, team che sarà di volta in volta arricchito con le professionalità necessarie ad ogni singola area di intervento.

In attesa del "trasloco", il programma di incremento dei servizi nel settore ambientale è partito con la firma di una convenzione sottoscritta con l'Ateneo, per studi e valutazioni di impatto ambientale a livello di singola impresa, di sistemi e di territorio, valutazioni su matrici ambientali e indagini analitiche nei settori della bio-

logia, della chimica e della fisica ambientale, indagini su problematiche relative alla gestione di aree contaminate o degradate, valutazioni su processi produttivi e tecnologie finalizzate a una riduzione dell'impatto ambientale, studi e approfondimenti nel settore del diritto amministrativo e ambientale.

L'ipotesi di trasferimento dell'Azienda speciale, la cui sede attuale è a Pradamano, all'interno del Polo scientifico tecnologico è strategica, per la sua funzione di "partner tecnico"



delle associazioni di categoria nell'affrontare le problematiche che sempre più spesso le attività produttive si trovano di fronte in campo ambientale (Arpa, Aziende sanitarie). In un contesto del genere l'Azienda

speciale potrebbe diventare il punto di riferimento per i Distretti industriali e artigiani oltre che per i Consorzi di Sviluppo Industriale, relativamente alle problematiche ambientali.

CAMERA DI COMMERCIO

In crescita gli imprenditori non europei: ma sono soprattutto emigranti di ritorno

Extracomunitari friulani

E intanto aumenta la manodopera immigrata, soprattutto dai Balcani e dalla Romania

di Mario Passon*

Svizzeri, argentini, venezuelani e canadesi: il 40% degli imprenditori extracomunitari presenti nella provincia di Udine appartengono a queste nazionalità verso le quali anni fa si era diretta l'emigrazione friulana. Un curioso fenomeno di rientro questo a cui fanno da contraltare altri dati. Anche se in numero significativo, hanno più difficoltà a farsi strada tra gli imprenditori, gli albanesi (5%), quelli del Magreb (5,2%), della Cina (2,5%) e della Romania (3,5%). Oltretutto, in generale, a Udine la presenza di questo fenomeno economico e sociale è meno rilevante alle altre province della Regione. Rispetto ad una media del 5,2% (il dato è basato sulle oltre 192mila cariche presenti nelle oltre 115mila imprese), "solo" il 4,5% insiste sulla provincia di Udine, mentre a Trieste e Gorizia si registrano i maggiori picchi (7,5% e 6,5% con fortissima rappresentanza della Serbia Montenegro). Anche per quanto concerne il segmento delle imprese individuali, Udine registra la percentuale più bassa: 5,6% contro il 6,5% a Pordenone, il 9,2% di Gorizia e il 12,1% di Trieste.

Il nord - est, e tra queste regioni anche la nostra, è da tempo una meta attrattiva per gli immigrati. Ammonta a 653mila unità la popolazione straniera residente in questa ripartizione, pari al 28% del totale, ma soprattutto appare maggiore l'incidenza per-



Per il classico "vu cumprà" resta difficile il salto di qualità. A destra, il tachigrafo digitale

centuale sul totale della popolazione residente: una quota che nel Nord Est sfiora il 6%, rispetto al 5,7% dell'Italia Nord Occidentale, il 5,1% del Centro, l'1,5% del Sud e l'1,3% delle Isole.

La scarsa crescita della popolazione autoctona, inoltre, e una forte riduzione di offerta di lavoro manuale, favoriscono la domanda di manodopera straniera. Ciò viene confermato dall'indagine Excelsior 2005 svolta da Unioncamere e dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Le assunzioni previste nel 2005 dalle imprese italiane sono circa 182mila (stima massima) e rappresentano il 28% del totale delle assunzioni programmate. In particolare il settore industriale dovrebbe assumere 60/70mila extracomunitari, 112mila il terziario (stima massima). I settori dove maggiore è la domanda sono, per quanto riguarda il secondario, le costruzioni,

l'industria dei metalli, l'industria meccanica e dei mezzi di trasporto, mentre per quanto riguarda i servizi, la domanda è intensa nei servizi operativi alle imprese (vigilanza, pulizia), in quello della sanità, nel comparto "alberghi, ristoranti, servizi turistici". Di fronte a queste cifre è ragionevole pensare che le migrazioni costituiscano una variabile chiave su cui si giocano le possibilità di sviluppo anche del Nord Est.

Per quanto riguarda la nostra regione, dando uno sguardo agli ultimi dati, sono registrati 58.915 cittadini stranieri, la maggior parte dei quali provengono dall'Europa Centro Orientale (Albania, Jugoslavia, Croazia, Romania, Slovenia, Bosnia Erzegovina, Macedonia). Le comunità più rappresentate in provincia di Pordenone sono quelle dell'Albania, del Ghana e della Romania. Anche in provincia di Udine la comunità più nume-

rosa è quella degli albanesi seguita dai cittadini della Romania, Jugoslavia, della Croazia e della Bosnia-Erzegovina. Nelle province di Gorizia e di Trieste prevalgono i cittadini provenienti dagli Stati vicini come la Croazia, la Bosnia-Erzegovina, la Jugoslavia e la Slovenia, ma appare importante anche la comunità proveniente dal Bangladesh a Gorizia e quella cinese a Trieste.

"Se il tessuto imprenditoriale del Paese continua a rafforzarsi - è il commento di Unioncamere - ciò è anche dovuta alla crescita del lavoro autonomo, cioè ad una tipologia di impresa legata in maniera sempre più significativa alle aziende costituite da imprenditori immigrati. L'impresa è dunque anche un potente fattore di integrazione sociale, di dialogo tra le culture, oltre che di creazione di benessere a tutti i livelli".

*Ufficio statistiche Ccfaa Udine

IL NUOVO CRONOTACHIGRAFO

Big Brother digitale

Addio vecchio dischetto, arriva il cronotachigrafo digitale. Formato da due elementi, un'unità montata sul veicolo e una smart-card per ogni autista, l'apparecchio è simile a un'autoradio e, collegato con i sensori del veicolo, registra nella sua memoria i dati relativi all'uso del mezzo per il periodo di un anno. In particolare, rileva l'identità del (o dei) conducenti, i tempi di guida e di riposo e le modalità di guida. Registra inoltre, automaticamente, i dati identificativi del veicolo, la distanza percorsa, le anomalie di funzionamento del mezzo e la velocità tenuta nelle ultime ventiquattro ore di guida. Un vero e proprio "grande fratello", impossibile da manomettere e al quale nulla sfugge. Il vecchio tachigrafo analogico era facilmente manomissibile e questo creava gravi distorsioni alla libera concorrenza.

Presentato ufficialmente in Camera di Commercio, l'ente individuato come l'Autorità per l'emissione delle carte e per l'accertamento dei requisiti, il nuovo tachigrafo digitale rappresenta una innovazione epocale nell'ambito del trasporto su strada coinvolgendo imprese,

officine, autisti, e organi di controllo e permetterà da un lato di migliorare la sicurezza stradale e le condizioni di lavoro degli autisti, dall'altro di garantire una concorrenza più equa.

Durante la presentazione del nuovo strumento, la Camera di Commercio ha prodotto, a scopo di test per il sistema informatico, undici carte tachigrafiche, su domanda di 5 imprese, 5 autisti e 1 rappresentante della Polizia municipale, che sono state distribuite in forma gratuita. Il costo delle card, concordato con le Associazioni

di categoria, è stato fissato in 37 euro. Dalle stime effettuate, per quanto riguarda la provincia di Udine, la Camera di Commercio prevede di emettere, nei prossimi mesi, 7 mila e 550 card per i conducenti, 3 mila per le imprese, 30 per le officine autorizzate dal ministero e 150 riserve alla polizia municipale degli enti locali. L'apparecchio dovrà essere installato, a partire dal gennaio 2006, su tutti i veicoli stradali di nuova immatricolazione adibiti al trasporto di cose con massa superiore alle 3,5 tonnellate e quelli per il trasporto di persone con oltre 9 posti.



AZIENDA SPECIALE RICERCA E FORMAZIONE

Formazione post-laurea

Il controllo della performance aziendale

Il corso vuole trasmettere conoscenze e competenze tecniche, organizzative e relazionali, per consentire agli allievi di implementare in azienda un sistema efficiente di misurazione e controllo della performance aziendale. Principali argomenti: analisi di bilancio e benchmarking, contabilità analitica e controllo dei costi, budget e reporting.

Finanziamenti europei: il management delle sovvenzioni comunitarie

Il corso vuole formare professionalità in grado di reperire e comprendere le offerte di agevolazione esistenti a livello europeo, nazionale e regionale a favore delle organizzazioni, redigere progetti di richieste di finanziamento, gestire rapporti con gli enti erogatori, monitorare e rendicontare i progetti cofinanziati.

Tecniche di catalogazione informatizzata dei beni culturali

Il corso vuole trasmettere conoscenze tecniche e organizzative per consentire agli allievi di sviluppare competenze nella catalogazione dei beni culturali presso strutture pubbliche e private. Principali argomenti: regole e stan-

dard di catalogazione, utilizzo dei software per la catalogazione e il trattamento digitale dei documenti, strumenti, metodologia e tecniche di ripresa fotografica, normativa.

Tecniche di export management

L'export manager sostiene tecnicamente la pianificazione e la gestione del processo di commercializzazione internazionale dell'azienda. Principali argomenti: strumenti del marketing internazionale, politica di vendita all'estero, contrattualistica internazionale, trasporto internazionale ed aspetti doganali nelle operazioni con l'estero, forme di pagamento nel commercio estero, aspetti fiscali nelle operazioni con l'estero.

Tecniche di project management

Il Project Manager è una figura strategica con specifiche competenze di progettazione e supervisione che si occupa

pa della realizzazione di un progetto curando la gestione delle risorse (uomini e mezzi) coinvolte. Gli allievi impareranno a pianificare progetti, analizzare rischi, utilizzare strumenti per l'analisi economico e finanziaria, applicare metodologie e tecniche per l'analisi e la riprogettazione organizzativa.

Tecniche per il miglioramento del benessere organizzativo

Il corso si propone di formare professionalità in grado di comprendere il valore della salute e della sicurezza sui luoghi di lavoro, di diffondere la cultura della sicurezza e del benessere nelle PMI e di gestire progetti di intervento e prevenzione.

Pensiero creativo ed innovazione in azienda

Scopo del corso è allenare il pensiero di coloro che operano nei diversi contesti organizzativi acquisendo le modalità che favoriscono un approccio

propositivo alle situazioni problematiche o che comportano criticità nelle organizzazioni. Gli allievi avranno l'opportunità di formarsi alle strategie di problem solving applicate al sistema azienda e di lavorare sull'empowerment personale.

Enoturismo: strumenti strategici per la gestione

Il corso vuole trasmettere conoscenze relative alla situazione del settore vitivinicolo in regione e al prodotto vino per formare professionisti in grado di valorizzare il settore enoturistico locale attraverso la gestione innovativa della rete promozionale e commerciale.

I corsi sono gratuiti e partiranno a metà gennaio 2006

INFORMAZIONI:

Azienda Speciale Ricerca & Formazione
Viale Palmanova, 1/3 - 33100 Udine
tel 0432 526333 - fax 0432 624253
ricercaformazione@ud.camcom.it
www.ud.camcom.it

INDUSTRIA



Battere gli asiatici sul loro stesso terreno: l'operazione "Far East" della Danieli

A Buttrio c'è una tigre

Avviata in Thailandia un'azienda per la produzione di macchinari a costi thailandesi

Se l'Europa soffre la crescita di competitività soprattutto dell'Asia, che nel settore della produzione di macchine registra costi del 35-40 per cento inferiori a quelli europei, il rimedio esiste. E la Danieli di Buttrio, forte della sua lunga esperienza di mercati asiatici, lo sta provando con successo: si tratta di andare a fare la tigre fra le tigri, per battere la concorrenza sul suo stesso terreno.

Una strategia, avviata appena un anno fa, che a Buttrio hanno chiamato «Operazione Danieli Far East». E che nei giorni scorsi ha registrato un nuovo, importante traguardo: in Thailandia è stata avviata la prima fase dell'azienda che si occuperà in quel Paese della progettazione e della gestione di produzione di macchine e impianti. Sono già al lavoro 200 dipendenti, di cui 50 ingegneri. La realizzazione della seconda fase decollerà nel prossimo febbraio per essere portata a termine a metà del 2007. Complessivamente sono previsti investimenti per 30 milioni di euro. Sempre all'inizio del prossimo anno un progetto analogo interesserà la Cina, dove peraltro



La Danieli di Buttrio. Accanto al titolo, scultura thai raffigurante una tigre

progettazione e produzione sono realtà consolidate. L'azienda in Thailandia, sorge in una bellissima zona industriale in riva al Golfo del Siam, nei pressi della città di Rayong, in una regione che è rinomata per le sue spiagge. Nella stessa area sono già presenti numerosi colossi industriali quali Gm, Mazda, Ford, Mitsubishi, Techint, Tyrolt, Canadoil. L'inaugurazione della nuova azienda, che ha visto la partecipazione delle massime autorità locali e di una delegazione della ca-

pogruppo guidata dal presidente Gianpietro Benedetti, rientra in una nuova strategia dell'azienda, definita appunto «Danieli Far East». «La cosa più semplice - ha spiegato il presidente Benedetti - sarebbe stata delocalizzare, ma ciò avrebbe comportato un impoverimento della nostra sede centrale. Ecco, quindi, l'idea della cosiddetta terza via. Noi - ha aggiunto Benedetti - puntiamo a incrementare il fatturato di 500 milioni di euro per poi produrlo con le nostre officine estere. Per ot-

tenere tutto questo abbiamo messo in cantiere nuovi prodotti e aumentato gli investimenti in innovazione. I costi complessivi dovrebbero diminuire del 15-20 per cento e questo ci consentirà una maggiore competitività a medio-lungo termine, garantendo altresì al gruppo un futuro». Danieli è tra i primi tre costruttori mondiali del settore macchine per l'industria siderurgica. Il gruppo conta complessivamente quasi 4 mila dipendenti ed ha attualmente in portafoglio ordini per 2 mila milioni di euro.

UDINE E PORDENONE

Alleati nell'export

Pordenone Export allarga la propria operatività e si chiamerà Consorzio Friuli Export. Maggiormente coinvolte saranno anche le due Camere di Udine e Pordenone. L'accordo tra Giovanni Fantoni e Cinzia Palazzetti, presidenti rispettivamente di Assindustria Udine e Unindustria Pordenone, è stato siglato a Villa Manin in occasione del convegno «Strumenti ed incentivi per favorire l'internazionalizzazione delle imprese» nell'ambito delle attività di Sprint, lo sportello per l'internazionalizzazione della Regione.

L'accordo prevede l'individuazione di un organismo, l'attuale Pordenone Export, quale strumento e braccio operativo comune nelle attività di internazionalizzazione a sostegno e assistenza delle imprese consorziate. A motivare la condivisione vi è la forte consapevolezza che l'approccio corretto e competente ai mercati globa-

li è divenuto oggi strategicamente importante per rimanere competitivi. La individuazione di Pordenone Export quale punto di riferimento comune per le attività di promozione e rappresentanza delle aziende pordenonesi e udinesi all'estero è il risultato del successo che il Consorzio ha riscosso sin dalla sua nascita nel 1982 e delle esperienze plurisetoriali che ha maturato attraverso l'organizzazione e la partecipazione a missioni commerciali, fiere, manifestazioni, convegni e seminari. Informazioni commerciali, consulenza legale, corsi di formazione e indagini di mercato sono altri servizi che il Pordenone Export eroga alle imprese consorziate. «Il nostro tessuto di piccole medie imprese - ha sottolineato il presidente di Assindustria Udine, Giovanni Fantoni - ha necessità di migliorare competitività all'estero. Da qui l'importanza di unire le forze».

PROGRAMMA PER IL 2006

Stroili in Borsa

Nuova sede ed ambiziosi programmi di sviluppo (che nel 2006 potrebbero sfociare anche nello sbarco in Borsa e nel 2007 nell'allargamento dell'attività anche all'estero) per il Gruppo Stroili, primo retailer italiano nel settore della gioielleria (prodotti in oro, argento, acciaio e orologeria) con le insegne Stroili Oro e Franco Gioielli. La società - che dovrebbe chiudere l'esercizio in corso con un fatturato che sfiora i 90 milioni di euro, con oltre 200 punti vendita sul territorio - ha infatti trasferito la propria sede ad Amaro dove verranno concentrate tutte le attività e lo staff, anche direttivo. Si tratta solo dell'aspetto più evidente del processo di crescita del Gruppo - partecipato dai fondi di private equity L Capital (Gruppo Lvmh), con il 60%; Raffaello (Euromobiliare, Gruppo Credem), con il 10%; e Ergon Capital Partners (sponsorizzato dai Gruppi Ing e Gbl), con il 30% - che procederà entro la fine dell'anno ad una

«fusione» delle due società che ad oggi lo costituiscono (Stroili Oro e Franco Trading) per dare vita ad un'unica realtà della quale le due «insegne» diverranno semplici divisioni.

«Ma questo - spiega Carlo Gianuzzi, amministratore delegato del Gruppo Stroili - rappresenta solo il primo passo. Perché con l'inizio del 2006 provvederemo all'acquisizione di tre nuove aziende. Le «due diligence», con tanto di advisor e avvocati d'affari di supporto già all'opera, sono già in corso e pensiamo di poter ufficializzare le acquisizioni tra gennaio e febbraio. Con queste operazioni, il nostro gruppo potrà contare su altri 100 punti vendita e stimiamo di riuscire a superare nel 2006 i 130 milioni di fatturato». Con queste acquisizioni, il Gruppo Stroili conterà oltre mille dipendenti. Una volta «rafforzatosi» sotto il profilo dimensionale, il Gruppo di Amaro potrebbe scegliere la strada della quotazione in Borsa per la seconda metà del prossimo anno.

FESTA A S. GIOVANNI N.

Omef, giubileo d'innovazione

Un'azienda che fa dell'innovazione il proprio marchio principale. Questa è Omef, impresa presente sul mercato dal 1980, in qualità di progettazione e costruzione di macchinari più o meno complessi per risolvere ogni esigenza di qualsiasi altra azienda in materia di lavorazioni. Il 3 e 4 dicembre la Omef ha festeggiato il suo 25° anniversario e ancora una volta ha stupito gli intenditori del settore organizzando presso la sua sede a San Giovanni al Natissone un «Open Innovation. Idee, innovazione, progetti, servizi, sistemi per la competitività delle imprese», in pratica una presentazione di nuove tecnologie, quali robotica, sistemi di visione, software di progettazione 3D, software di programmazione macchine e robot, controlli numerici e sistemi.

A esprimere vivo compiacimento ai titolari e alle maestranze della Omef srl è stato per primo il presidente della Regione, Riccardo Illy che ha dichiara-



rato «Stiamo vivendo un'epoca di grandi cambiamenti, siamo nell'era della conoscenza e della globalizzazione e pertanto anche le imprese devono cambiare e innovare aggiungendo conoscenza nel processo di produzione, nel prodotto e nei servizi che deve offrire alla clientela. Nel caso della Omef, i clienti sono altre imprese, che voi aiutate a innovarsi».

Con circa 15 dipendenti «la Omef - hanno ricordato i titolari Giulio Fanin e Aldo Dissegna e il responsabile tecnico Simone Fanin, - opera nel campo del-

la progettazione, costruzione di macchine e attrezzature per la lavorazione del legno, nell'automazione e nella robotica, in stretta sinergia con le imprese del Distretto della Sedia e del Legno, ma in prospettiva anche con altri settori produttivi, volendo fornire servizi ad aziende come partner tecnologici».

Il segreto delle vittorie della Omef sta anche nella filosofia aziendale. A seguito di incontri preliminari nella sede vengono studiate le richieste e le problematiche produttive, logistiche e ambientali. La Omef in seguito, dai dati

raccolti, formula il progetto più adatto, tenendo in piena considerazione la qualità finale del prodotto da lavorare, l'affidabilità e durevolezza della macchina, la sicurezza dell'operatore, la semplicità d'uso e l'aspetto economico. Nei successivi incontri la Omef termina lo studio del progetto.

«In un mondo globale dove le imprese si confrontano con costi del lavoro molto diversi - ha concluso Illy nel suo intervento - bisogna cambiare metodi, privilegiando la tecnologia sulla quantità di risorsa umana, la quale, essendo sempre più preparata e istruita, ambisce a funzioni lavorative meno manuali e più sofisticate. La Omef, fornendo alle imprese apparecchiature sempre più automatizzate offre una risposta a questa esigenza di innovazione. Innovazione che la Regione sta sostenendo massicciamente per far passare anche con varie iniziative, fra cui la prossima fiera, la cultura del nuovo e della ricerca».

COMMERCIO



Un consorzio per "fare sistema" nel contesto della riforma regionale del commercio

La gilda degli ambulanti

L'impegno della categoria per un rilancio della tradizione delle fiere e dei mercati

di Marco Ballico

Nasce il Consorzio ambulanti del Friuli Venezia Giulia. Il "battesimo" è reso possibile dalle novità della riforma del commercio, recentemente approvata dal Consiglio regionale: la concessione quinquennale dei posteggi nelle fiere; la tutela dei centri storici e urbani come luoghi di pregio dove le attività ambulanti si devono armonizzare con il commercio in sede fissa; il riconoscimento di un mercato di qualità e la valorizzazione dei prodotti tipici locali; la concessione delle aree destinate ai mercati e alle fiere ai Cat, previa convenzione con le amministrazioni comunali.

Gli ambulanti di Concommercio decidono dunque di fare squadra, di unire le forze, di assumere nuove responsabilità. Il nuovo organismo supporterà i consorziati nello sviluppo e nella crescita economica anche attraverso ricerche, corsi di formazione e partecipazione a fiere, manifestazioni, congressi; organizzerà mercati ed eventi; presterà servizi di consulenza e assistenza tecnica; acquisterà in comune prodotti e attrezzature; stipulerà convenzioni e contratti che permettano di abbattere i costi; fornirà organizzazione e struttura completa di eventi mercatali "chiavi in mano".

"Ben vengano le iniziative - commenta il presidente provinciale di Concommercio Giovanni Da Pozzo - mirare a superare con spirito di concretezza le attuali difficoltà del commercio". Da Pozzo, du-



Mercati ambulanti in Friuli. A destra, il tipico Cramâr della tradizione carnica

rante la presentazione del progetto, ha reso grande merito al presidente regionale e provinciale della Fiva (Federazione italiana venditori ambulanti), Renato Marcigot, per aver dato impulso alla costituzione del Consorzio. Claudio Ferri, vicepresidente della Cciaa di Udine, ha quindi sottolineato il "valore sociale forte nei piccoli paesi del nostro Friuli" del commercio ambulante, "un mondo che dimostra quotidianamente la necessità di una umanità anche nel momento dell'interscambio commerciale". A chiudere i lavori l'assessore regionale Enrico Bertossi, che ha illustrato alcuni passaggi della legge sul commercio e riconosciuto la validità dell'iniziativa.

La salute del commercio ambulante è spiegata dai numeri: rispetto al 1999, anno che fece registrare il minimo delle unità, a livello nazionale il numero delle imprese è aumentato di 29.590 unità (+24,4%), fino alle attuali 150.915. In

particolare, in Friuli Venezia Giulia ci sono 1.459 imprese, di cui 938 a posto fisso e 521 itineranti. Ci sono più ambulanti, ma ciò non vuol dire che i fatturati vadano alle stelle. Gli studi Fiva-Concommercio fanno emergere un dato: si vendono sempre di più articoli a costo medio-basso (10-40 euro), e sempre meno quelli di costo medio-alto (sopra i 40 euro). "Per questo - spiega Marcigot - anche noi dobbiamo fare ogni sforzo per adeguare le nostre attività e il modo in cui ci presentiamo e offriamo i nostri prodotti, in linea con le evoluzioni di una società e di un mercato che ci vedono sul territorio a parlare con la gente ma, soprattutto, ad ascoltare le sue esigenze".

Il presidente del Consorzio (25 soci fondatori in regione), Dino Contro, ha ben chiaro l'obiettivo: "Intendiamo far rinascere i mercati e le fiere di una volta. E' un'espressione semplice, forse banale, ma è davve-

ro la sintesi migliore per esprimere quanto cercheremo di fare. Perché il lavoro possa essere duraturo per tutti, sarà appunto necessario recuperare la dimensione dei mercati di un tempo, quelli in cui il valore aggiunto è dato dall'assortimento dell'offerta, dall'equilibrio della proposta. E' un voltafaccia indietro che è, allo stesso tempo, un guardare avanti. Siamo imprenditori moderni e gestiamo aziende di valore. Dobbiamo quindi puntare sull'innovazione. E innovazione, per noi, è appunto quella di presentare al cliente la miglior distribuzione possibile del prodotto. Ecco che, al primo punto dell'ordine del giorno, il Consorzio coordinerà, nella progettazione dei singoli eventi, la presenza delle più ampie e possibili tipologie merceologiche, favorendo quelle che possono garantire un buon rapporto qualità/prezzo a tutela del consumatore. Qualità e professionalità sopra di tutto".

Eredi dei Cramârs

Il commercio ambulante e le sue origini: una storia affascinante. Anche perché, nella nostra regione, essa è legata alle vicende della Carnia e dei suoi uomini. Era il XVI secolo quando molti abitanti di quella terra partirono per svolgere altrove l'attività degli ambulanti. Erano i Cramârs, termine che deriva dal tedesco Krämer, merciaio. Cercavano verso le strade del Nord il lavoro che non potevano trovare nella povera Carnia. Lo trovarono con voglia, passione e sacrificio.

I Cramârs valicavano le montagne, con sulle spalle la "crame", un mobiletto di legno con i cassetti per il trasporto della merce. Si recavano in Austria, Boemia, Germania, Moravia, Polonia, Slovacchia, Ungheria, soprattutto d'inverno, mentre d'estate rientravano in Friuli per la fienagione. Si muovevano quasi sempre a piedi, a volte si servivano di barche e zattere lungo i fiumi navigabili del centro Europa, solo dall'inizio del Settecento iniziarono a fare uso dei cavalli da tiro.

Le merci? I Cramârs commerciavano spezie, coloranti, stoffe. In epoca più recente aggiunsero stoviglie di legno, vetro, ceramica, ferro, rame, ottone, utensili da cucina, arnesi da contadino. In particola-

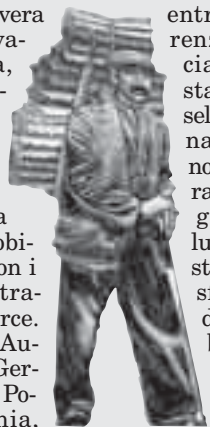
re, conoscendo le richieste delle genti tedesche in fatto di cucina, colsero al volo l'opportunità di portare personalmente gli aromi che le flotte veneziane facevano arrivare dai loro viaggi nel Mediterraneo.

Fu un mestiere che iniziò probabilmente per imitazione. I primi guadagni riportati in paese incuriosirono e il cammino oltralpe iniziò poco a poco a diventare più frequentato. Non si intralciavano, non

entravano in concorrenza. Una zona per ciascuno, a conquistare i clienti, a farsi amici, per poi tornare anno dopo anno. Di padre in figlio, radunandosi al rifugio Tolazzi e di lì lungo le antiche piste carovaniere, trasformate in strade dai romani: le più battute furono quelle attraverso il valico di Monte Croce Carnico e dalla Valcanale, direzione Salisburgo.

I più fortunati non dimenticavano la terra d'origine. Le donazioni dei Cramârs contribuirono alla costruzione di alcune scuole in Carnia sul finire del Settecento. Una curiosità: spesso, prima di iniziare un nuovo viaggio, i commercianti carnici incidevano il loro marchio in qualche chiesa, nel momento in cui invocavano protezione. Sulla loro storia, Giorgio Ferigo e Alesio Fornasin hanno scritto "Cramârs".

M.B.



FINE CORSO

Gara di pizza

Il corso per pizzaioli di Concommercio è terminato con la tradizionale gara tra i partecipanti che si è svolta presso la trattoria "Al Camarin" di Moruzzo e che è stata contraddistinta dalla preparazione di pizze ottime dal punto di vista del gusto, ma anche molto fantasiose nella loro preparazione e presentazione. A ogni pizza sono stati abbinati il vino o la birra più adatti.

A giudicare le pizze secondo i parametri del gusto, della presentazione e della fantasia è stata una commissione formata dai

titolari del Despar Guatto, Renato Marcigot, presidente del gruppo Ambulanti della Concommercio, Alessandro Sensidoni, docente del corso di Scienze e tecnologie Alimentari dell'Università di Udine, e due partecipanti allo scorso corso "Diventare Pizzaioli".

Concommercio ringrazia Despar Guatto, che ha messo a disposizione i locali del supermercato per lo svolgimento del corso, e la signora Edda della trattoria "Al Camarin", che ha ospitato la gara finale e offerto le bevande per gli abbinamenti con le pizze.

RINNOVATA LA SEGNALETICA

In albergo a colpo sicuro

Voluto da Concommercio provinciale, è stato predisposto il piano di segnalamento alberghiero. Ennio Silvano Favetta, referente di Concommercio per gli alberghi, lo saluta come "uno strumento preziosissimo a vantaggio del turista, una novità che aspettavamo da tempo".

Redatto dall'architetto Francesco Magro, il piano prevede la dislocazione di circa 170 cartelli in posizioni strategiche sul territorio comunale. Lo scopo è quello di rendere più agevole la ricerca di una strut-



Segnaletica alberghiera all'ingresso di Udine

tura alberghiera per chi arriva da fuori. "Grazie a questo lavoro - spiega Favetta -, siamo riusciti ad avere una razionalità di distribuzione che non rende necessario un numero sovrabbondante di cartelli. Così i flussi turistici verranno incanalati in maniera mirata verso i nostri alberghi".

In concomitanza con le feste natalizie, grazie al contributo del Comune di Udine che ha messo a disposizione i pali per l'affissione, i cartelli, verranno dislocati come da indicazione del piano.

AGRICOLTURA



In dirittura finale la certificazione di un prodotto biologico tipicamente friulano

Mele da bere quasi dop

L'iniziativa è di quattro aziende agricole produttrici, con la capofila a Verzegnis



La lavorazione delle mele e il succo "made in Friuli". A destra, la firma dell'accordo tra i Consorzi di bonifica e la Gest Line. In basso, il mercato ortofruitticolo di Udine

ACCORDO CON LA GEST LINE

Così costeranno meno i bonifici della Bonifica



di Francesca Pelessoni

È nutriente, vitaminico, dissetante, profumato e gustoso. È un prodotto rigorosamente "made in Friuli" e, se i tempi della burocrazia saranno rispettati, entro un anno sarà anche tutelato dal marchio Denominazione di origine protetta. Di pari passo con la certificazione della mela friulana "Julia", sta infatti procedendo in parallelo a spron battuto l'iter avviato da un gruppo di aziende che hanno dato vita all'Associazione temporanea d'imprese (ATI) "succo di mela del Friuli" con lo scopo di perseguire un ambizioso obiettivo nell'ambito delle produzioni di qualità del Friuli Venezia Giulia: l'ottenimento della Dop per il succo di mela limpido, già inserito nell'elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali. L'associazione riunisce quattro aziende agricole della provincia di Udine e Pordenone, produttrici di mele secondo i metodi dell'agricoltura biologica, ossia Bernardis di Morte-

gliano, la capofila Ecomela La Carnica di Verzegnis, Gelindo dei Magredi di Vivaro e Giacomelli di Pradamano. Altri venticinque melicoltori della regione hanno già dato il proprio appoggio al progetto e potrebbero a breve entrarne a fare parte.

Alla fine del mese di ottobre il dossier è stato inviato al Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, mentre la Regione ha già espresso parere favorevole relativamente alla documentazione che era stata consegnata al dott. Licio Laurino, direttore del Servizio produzioni agricole della Direzione centrale delle risorse agricole, naturali, forestali e montagna, parere che deve essere inoltrato al Mipaf. Si è conclusa così una tappa fondamentale dell'iter avviato due anni fa, con l'assistenza dell'Istituto Nord Est Qualità di San Daniele, per il progetto di certificazione di qualità per il succo di mela, rientrando nel programma comunitario della Misura m del Piano di Sviluppo ru-

rale della Regione Friuli Venezia Giulia.

Sono stati il tecnico Stefano Micolini e l'agronomo Filippo Sbuelz a seguire le fasi dell'iter burocratico e curare fin dall'inizio il progetto che è nato per valorizzare un prodotto tipico del Friuli che un tempo veniva ottenuto pressando le mele danneggiate o non perfettamente sane. La storia del succo di mela, infatti, nasce con quella della coltivazione del melo in Friuli, della cui raccolta spontanea si hanno notizie fin dall'epoca neolitica.

Il succo di mela limpido nell'aspetto visivo evidenzia un colore brillante, definibile con il termine "dorato", che può variare da un giallo paglierino scario ad un ambrato intenso in relazione alla miscela di mele utilizzate. Il profumo ricorda invece in maniera nitida la mela matura, mentre il gusto è dolce ed equilibrato, non stucchevole. Ottenuto solo dalla spremitura di mele fresche con polpa in condizioni perfette, completamente privo di conservanti e antiossidan-

ti, il succo di mela limpido conta una produzione a livello regionale annua di circa 700 mila bottiglie da tre quarti di litro, di cui il 90% passa attraverso gli impianti dell'azienda capofila Ecomela La Carnica. Tutte le operazioni del ciclo produttivo vengono effettuate nell'arco di settantadue ore e la linea di trasformazione avviene in laboratori artigianali della regione. Dopo la selezione delle mele migliori, si effettua il lavaggio con acqua corrente, cui seguono la macinazione e la pressatura. Il succo grezzo viene lasciato decantare e fermentare per 12-24 ore, poi viene filtrato e sottoposto a trattamento termico per garantirne la stabilità nel tempo.

Un ulteriore passo per prepararsi al lancio commerciale del prodotto in corsa verso la Dop è stato l'ottenimento della certificazione Iso 9001:2000 per l'impianto di trasformazione che si trova presso l'azienda Ecomela La Carnica. Il succo di mela del Friuli quindi, oltre ad essere protetto con marchio d'origine, sarà in regola anche con la certificazione richiesta dalla grande distribuzione organizzata. L'acquisizione della certificazione in tempi brevi, dopo una sola visita dell'ente certificatore Dnv, conferma la politica di qualità già perseguita e attuata dall'azienda nel processo produttivo.

Oltre 80 mila utenti della provincia beneficeranno delle agevolazioni previste dalla convenzione stipulata tra i Consorzi di bonifica Ledra-Tagliamento e Bassa Friulana (entrambi con sede a Udine) e la Gest Line Spa, società del Gruppo Sanpaolo IMI leader a livello nazionale nella fornitura dei servizi di riscossione agli enti locali. Grazie alla collaborazione esistente tra Gest Line e Friulcassa-Cassa di Risparmio Regionale, i consorziati avranno la comodità di effettuare i pagamenti dei canoni di bonifica presso tutti gli sportelli Friulcassa della regione, senza pagare le commissioni bancarie. La firma della convenzione avvenuta a Udine nella sede del Consorzio della Bassa Friulana, ha sancito l'avvio di un'importante collaborazione tra enti fortemente radicati sul territorio, il cui obiettivo è dare agli utenti un servizio efficiente con costi il più possibile ridotti. "Con

questa nuova sinergia, che si aggiunge alla gestione da parte di Gest Line della riscossione dei tributi per il consorzio della Pianura Isontina, raggiungiamo uno scopo importante - ha sottolineato il presidente del Consorzio di bonifica Ledra-Tagliamento, Dante Denteano -. Abbiamo dato attuazione, infatti, ad una delle principali direttive espresse dalla Regione con la legge regionale 28/2002, ossia conseguire economie di spesa attraverso la razionalizzazione dell'attività dei consorzi e l'unificazione dei servizi. Si tratta di un concreto passo in avanti nella semplificazione delle strutture e nella modernizzazione delle nostre attività consortili. Inoltre, per il 2006 i canoni per le riscossioni resteranno invariati". Attualmente Gest Line è partner di oltre 30 Consorzi di bonifica presenti in Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Campania e Lazio.

UDINE MERCATI

Ortofrutta, filiera breve

Sarà concretizzato a breve nel complesso di Udine Mercati il progetto che vede coinvolto un nutrito numero di partner per la valorizzazione dei prodotti ortofruitticoli locali. È stato infatti siglato a Udine un protocollo d'intesa che mette in sinergia gli sforzi di tutti i soggetti della filiera con l'obiettivo di sostenere le produzioni ortofruitticole regionali. Firmatari dell'accordo, che ha l'ambizione di assumere una valenza nazionale e internazionale, sono stati oltre all'assessore regionale alle Attività Produttive Enrico Bertossi e al sindaco

di Udine Sergio Cecotti, Udine Mercati, la Camera di Commercio di Udine, la Coldiretti, Aster Coop, Comau, Cia, Confagricoltura, Cooperativa Carnica, Agrifrut Romagna, Lega Cooperative Fvg, Confcooperative Fvg, Coop Italia, Cooperative Operaie Trieste Istria e Friuli scarl.

In una prospettiva di sviluppo e diversificazione della produzione e della commercializzazione si è guardato a Udine Mercati come un punto di riferimento, nel quale si potranno realizzare anche alcune strutture per ricevere, lavorare e conservare i

prodotti ortofruitticoli. Per le associazioni, le cooperative, i produttori e i distributori del settore ortofrutta il polo di Udine Mercati diventerà quindi un punto di riferimento unico, dove far convergere le operazioni di raccolta, smistamento, conservazione e distribuzione, ottimizzando tempi e costi.

Uno degli obiettivi del protocollo, che per la prima volta mette d'accordo tutti i principali attori della catena produttiva e distributiva, è sicuramente quello di rendere più efficienti i passaggi dei prodotti lungo la filiera che va dal prodotto-

re al consumatore, mirando ad abbassare i prezzi e ridurre la forbice tra quanto spendono viene pagato agli agricoltori e quanto paga il consumatore nel negozio al dettaglio.

Il progetto diventerà concretamente operativo a partire dai primi mesi del prossimo anno e sarà cofinanziato dalla Regione, mentre è prevista la partecipazione dei privati con quote ancora da stabilirsi. Soddisfazione è stata espressa dalle associazioni di categoria, e in particolare dalla Coldiretti attraverso il presidente Roberto Rignonat, per un'iniziativa di respiro collettivo



che era da tempo auspicata. "È significativo il fatto di essere riusciti a mettere insieme, nella firma del protocollo d'intesa e per la prima volta, l'intero settore ortofruitticolo, dalla produzione alla grande distribuzione. Questo consentirà di migliorare la gestio-

ne dell'intero sistema, di ridurre i costi, di ottimizzare gli investimenti così come l'utilizzo degli impianti di lavorazione, ma soprattutto di valorizzare commercialmente le produzioni ortofruitticole della nostra regione".

F.Pel.

ARTIGIANATO



I capi danneggiati: è colpa delle etichette sempre meno trasparenti dei fabbricanti

Non tirate sul lavasecco

Confartigianato e consumatori hanno promosso una commissione di conciliazione

Il progresso della tecnologia ha portato l'industria tessile ad utilizzare materiali sempre nuovi ed evoluti, ma che spesso possono dare dei problemi in fase di lavaggio se i capi sono realizzati senza le necessarie conoscenze.

Chi vive sulla propria pelle queste leggerezze, che spesso portano all'applicazione di etichette di manutenzione non corrette, sono le lavanderie che, stanche di essere il bersaglio delle accuse dei consumatori, hanno organizzato una giornata informativa presso il centro commerciale Città Fiera di Torreano di Martignacco.

“Obiettivo dell'iniziativa – ha spiegato il capo categoria Stefania Pegoraro – era far capire alla clientela quali sono le difficoltà del lavaggio dei capi, in particolare quelli “tecnologici” e valorizzare la professionalità degli addetti.

Secondo Vittorio Cianci del Lart di Carpi, uno dei più quotati laboratori di analisi tessile a livello nazionale, su 100 controversie, 95 sono addebitabili alle industrie produttrici di capi, anche di fama, che non indicano nelle etichette con quali tessuti sono prodotti i capi e da dove provengono, mettendo le pulitintolavanderie nell'impossibilità di orientarsi. “Il problema è che in Italia – tuona Cianci – nessuno controlla nessuno nel mondo del tessile. Occorre invertire questo atteggiamento, anche per difendere le industrie serie e i prodotti tessili italiani di qualità”.

Cianci ha espresso anche le sue forti preoccupazioni per la salubrità di alcuni capi di abbigliamento che sono stati resinati con sostanze contenenti



formaldeide o che hanno un ph così acido da provocare irritazioni o, infine, che contengono coloranti azoici accusati di essere cancerogeni.

Sono poi molti i capi che hanno Pvc al posto della pelle o che utilizzano coloranti che stingono anche con la semplice acqua o ammorbidenti che si colorano al contatto con la plastica degli appendiabiti.

Un elenco dei rischi questo che si allunga ogni anno seguendo le mode e soprattutto le capacità produttive di tessuti a bassissimo costo dei paesi dell'Estremo oriente, Cina in testa, dove una parte dell'industria della moda italiana acquista a piene mani e che il capo categoria delle pulitintolavanderie di Confartigianato Stefania Pegoraro conosce be-

nessimo. “Noi vogliamo che di queste conoscenze si appropriino anche i consumatori, prima per salvaguardare la loro salute, poi il portafogli, ma anche per scongiurare conflittualità con le nostre imprese”.

Confartigianato Udine ha organizzato anche una mostra di capi di abbigliamento danneggiati in seguito ad un lavaggio eseguito secondo le indicazioni fornite dalle case produttrici.

Per aiutare i consumatori a ridurre al minimo questi tipi di problemi, è stato distribuito, un pieghevole dal titolo “Lavare è una cosa seria” che raccoglie i consigli dei professionisti per l'acquisto e la manutenzione dei capi nonché alcune attenzioni da avere nel rapporto con le lavanderie.

Nei prossimi mesi il pieghevole sarà disponibile per tutte le lavanderie di Confartigianato.

Ma cosa fare nel caso di eventuali danni? Lo ha spiegato il funzionario di Confartigianato Luca Nardone: “Prima di tutto consiglio di parlare con la lavanderia per capire cosa è successo: spesso i rapporti diventano subito tesi ed il cliente pretende un risarcimento dalla lavanderia che, ritenendosi non responsabile, rifiuta. Si rischia così di finire dal giudice di pace che, non avendo sufficienti elementi tecnici per capire la materia, impone una soluzione che spesso scontenta tutti”.

Molto più efficace ed efficiente utilizzare lo strumento della conciliazione: un accordo tra Confartigianato Udine e associazioni dei consumatori ha istituito una commissione di conciliazione che vuole assistere consumatori e professionisti nel risolvere questo tipo di problemi.

“Ogni anno trattiamo diversi casi trovando in ogni occasione una soluzione soddisfacente per tutti” spiega Nardone “spesso aiutando il consumatore ad ottenere un risarcimento dalla casa produttrice”.

Il capogruppo regionale delle lavanderie di Confartigianato, Valter Zeriali, ha chiuso il seminario tracciando le linee di sviluppo del settore che passano attraverso una continua qualificazione della professionalità degli operatori e attraverso occasioni di formazione come quelle organizzate annualmente da Confartigianato, ed una sempre più attenta comunicazione verso il cliente.

IL MERCATINO DI NATALE Vetrina di successo

Terminerà il 24 dicembre il Mercatino di Natale organizzato in piazza Duomo a Udine da Confartigianato in collaborazione con Confcommercio e il Comune di Udine e con il sostegno della Camera di Commercio e della Banca di Udine. Sono 19 le botteghe artigiane, per lo più dell'artistico, che parteciperanno. Questi i nomi: Di Fant Adelia di San Daniele (grappe, bottiglie artistiche in vetro soffiato-pasticceria artigianale); Lazarini Adriana



Prodotti del Bucaneve di Citi Stefano di Venzone (prodotti per la cura della persona a base di lavanda di Venzone); Creazioni di Nevja di Pol Nevja di Spilimbergo (creazioni ed addobbi natalizi); Celeghin Renato di Udine (oggettistica in legno e bigiotteria); Casa del Dolce di Mat-

tiussi Pierina di Palazzolo dello Stella (laboratorio di pasticceria); Goran Janic di Caorle (quadretti naif); La Casa di Luca di Priolo Elio di Bibione (fiori in cera e oggettistica nata-

lizia); Jeis di De Notarpietro Roberta di Basiliano (articoli regalo e bigiotteria con perle); Crestani Roberto di Mason Vicentino (accessori per l'abbigliamento); Bar Premiere di Udine e Marchetti (crepes) di Udine. Presente anche un castagnaro. Quest'anno particolare attenzione è stata data all'animazione con spettacoli di intrattenimento dedicati in particolare ai bambini. «Il mercatino di Natale – hanno sottolineato il sindaco Sergio Cecotti, l'assessore alle attività produttive Luciano Gallerini e il presidente di Confartigianato Udine Carlo Faleschini – è un esempio di collaborazione fra imprese, associazioni di categorie, Camera di commercio e pubblica amministrazione volto al rilancio del centro cittadino».

UN CONVEGNO DI CONFARTIGIANATO

Fotovoltaico conviene

Il fotovoltaico è sempre più una realtà nella piccola Slovenia, dove entro il 2010 si avrà una potenza produttiva installata pari a 10 gigawatt. In Italia invece “ci sono tutte le condizioni perché vi sia uno sviluppo significativo – afferma Roberto Iodice, del Centro di ecologia teorica e applicata dell'Università di Udine e di Trieste – ma la diffusione degli impianti è ancora molto indietro”.

Uno dei motivi del ritardo è stata la politica energetica nazionale. Infatti,

solo con i contributi regionali, che arrivano al 70% delle spesa ammissibile e che sono a fondo perduto, – come ha spiegato Simone Sandrini, consulente di Confartigianato, nel corso di un convegno organizzato dall'associazione, a Villa Florio a Buttrio – il peso dell'investimento di un impianto viene reso più accessibile alle famiglie. “Un impianto di 3 Kw installato – ha spiegato Daniele Nonino, capo categoria degli installatori elettrici di Confartigianato – costa all'incirca 18-20mila euro;

il contributo della Regione è del 70%; restano a carico della famiglia all'incirca 7.400 euro. Se considero che la bolletta dell'energia elettrica è di circa 80-100 euro al mese, ottengo il tempo necessario per ammortizzare l'investimento. Se considero che un impianto dura dai 20 ai 25 anni, si calcola facilmente il risparmio economico”: “che va sommato – come ha sottolineato il sindaco del Comune di Buttrio Tiziano Venturini – ai vantaggi che si ottengono in campo ambientale e



Pannelli fotovoltaici. Sopra, immagini di lavanderie e del mercatino di Natale

che devono veder impegnate sempre di più le amministrazioni comunali”.

Ma come funziona l'impianto? Lo ha spiegato il professor Iodice. “Durante il giorno l'energia pro-

dotta in eccesso viene “venduta” alla rete nazionale e restituita la sera, quando l'impianto fotovoltaico non lavora. Al termine del mese se l'impianto scelto è di 3 Kw, si pareg-

giano i conti con l'Enel”. I lavori del convegno sono stati introdotti da una breve presentazione del quadro di riferimento legislativo e delle opportunità poste in essere dall'Ue dal vice direttore di Confartigianato Udine Gian Luca Gortani, a cui sono seguiti i saluti di Franco Buttazzoni presidente zonale di Manzano di Confartigianato Udine, con il coordinamento di Franco Paravano consigliere a Buttrio con delega alle attività produttive.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Business in Bulgaria, Cechia, Slovacchia e Ucraina

BIERRE

Bulgaria
14.02 - 18.02
Sofia - Security 2006
Fiera Internazionale e seminario per la sicurezza e la protezione

15.02-18.02
Plovdiv - Vinaria
Salone internazionale della viticoltura

21.02-25.02
Plovdiv - Agra
Fiera internazionale dell'agricoltura

22.02-26.02
Sofia - Forniture 2006 Spring
Fiera Internazionale dedicata all'arredamento

Slovacchia
07.02-10.02 **Nitra - Aqua-Therm**
8° Fiera internazionale riscaldamento, ventilazione, aria condizionata, misurazione, tecnologia ecologica e sanitaria

Repubblica Ceca
12.01-15.01
Brno - GO-Regiontour
Salone Internazionale dedicato al turismo

26.01-28.01
Praga - Strechy Praha
Fiera dell'edilizia

02.02-05.02
Praga - Pragointerier - New design
Salone dedicato all'arredamento, mobili e illuminazione

02.02-05.02
Praga - Okna-Dvere-Schody
Fiera settore finestre, porte e scale

02.02-05.02
Praga - Bydleni
Salone per abitare in modo nuovo

14.02-16.02
Praga - Coneco Praha
Fiera dell'edilizia

Ucraina
21.02-24.02
Kiev - KievBuild
Fiera internazionale dell'edilizia e costruzione d'interni

28.02-03.03
Kiev - Intertool
Fiera internazionale utensili, lavorazioni metalliche, tecnologie industriali

GARE D'APPALTO
Repubblica Ceca
Bando di gara d'appalto: 2005/S 231- 228005
Procedura aperta per fornitura tornio CNC
Scadenza: 10.02.2006, Ora 10.00. Lingua: ceco

Bando di gara d'appalto: 2005/S 233 - 230283
Dispositivi di protezione antincendio.
Scadenza: 31.01.2006, Ora 10.00. Lingua: ceco.

Slovacchia
Bando di gara d'appalto: 2005/S 233- 230298

Procedura aperta per fornitura di lavori di costruzione di condotte fognarie.
Scadenza: 20.02.2006, Ora 10.00. Lingua: slovacco

NEWS
Repubblica Ceca
L'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico - OCSE - prevede una crescita del 4,5% nei prossimi 2006 e 2007. Secondo il rapporto "Economic Outlook" redatto dalla stessa organizzazione in Repubblica Ceca la disoccupazione per il 2005 sarà dell'8% e continuerà a diminuire al 7,8% nel 2006 e al 7,6% nel 2007.

Il CSO - Ufficio di statistica della Repubblica Ceca - rileva che il numero di abitazioni completate nel periodo luglio-settembre 2005 ha raggiunto 8.475 unità con una crescita dell'8,8% su base an-

nuale. Dal punto di vista geografico l'aumento delle nuove case si registra maggiormente a Praga e nella Boemia centrale mentre più contenuto lo sviluppo nelle regioni di Liberecky, Boemia settentrionale e occidentale.

Ucraina
Durante il primo incontro bilaterale dalla "Rivoluzione arancione" l'Unione Europea ha riconosciuto all'Ucraina lo status di "economia di mercato". Secondo quanto riportato dal Presidente della Commissione, José Manuel Barroso, l'Ucraina sta realizzando molti passi avanti nel processo di riforma e nello sviluppo della "Politica europea di prossimità". Durante il summit svoltosi a Kiev lo scorso 1 dicembre 2005 è stato firmato un accordo relativo alla partecipazione al programma Galileo da parte dell'Ucraina.

COOPERAZIONE CZ8

Azienda ceca offre brevetto tecnologico "EURO EP 1409230" a potenziali aziende interessate all'acquisto e alla cooperazione in società mista con sede in Repubblica Ceca.

Questa tecnologia che consiste in un metodo di incollaggio termoplastico di parti piane può essere impiegata con materie plastiche, tessili, sughero, legno nel pieno rispetto dell'ambiente.

UA1
Offerta cooperazione per investimenti immobiliari in Ucraina.

UA2
In Ucraina offresi consulenza e assistenza d'affari: licenze, certificazioni, marketing, promozione, rappresentanze, supporto giuridico, servizi linguistici.

SELL OR BUY

Proposte di collaborazione pervenute all'Euro Info Centre di Udine direttamente da aziende estere oppure attraverso le reti ufficiali create dalla Commissione Europea, dallo Sportello per l'Internazionalizzazione e da altre Istituzioni per promuovere la cooperazione transnazionale tra le piccole e medie imprese.

AGROALIMENTARE
CAFFE' DAL BRASILE
Azienda brasiliana offre caffè.
(Rif. 2005.12.01)

COSMETICA
COOPERAZIONE CON LA RUSSIA
Azienda distributrice russa è interessata ad importare prodotti per la cura della persona e cosmetici nonché a creare una joint venture e trasferimento know-how.
(Rif. 2005.12.02)

LEGNO
OFFERTA LEGNAME DALL'AUSTRIA
Azienda austriaca offre legno da costruzione "Uso Trieste" e cerca distributori.
(Rif. 2005.12.03)

MATERIE PLASTICHE
MATERIE PRIME PER LA LITUANA
Azienda lituana, produttrice di imballaggi in plastica cerca fornitori di cast polypropylene film, biaxially oriented polypropylene film, low density polyethylene film.
(Rif. 2005.12.04)

MECCANICA
METALLO-ALLUMINIO LITUANO
Offerta lituana di metallo-alluminio A7 e A7E per edilizia e lavorazione metalli.
(Rif. 2005.12.05)

DALLA TURCHIA
SISTEMI FRENANTI
Azienda turca offre sistemi frenanti ad aria e idraulici per il settore automobilistico.
(Rif. 2005.12.06)

IMPIANTI E INFRASTRUTTURE IN ACCIAIO
In Turchia, società di produzione impianti e infrastrutture in acciaio per i settori delle telecomunicazioni e distribuzione energia offresi per forniture e servizi.
(Rif. 2005.12.07)

TESSILE
COOPERAZIONE CON LA TURCHIA
Azienda turca leader nel settore tessile è interessata a cooperare con aziende italiane.
(Rif. 2005.12.08)

(La Camera di Commercio di Udine non si assume alcuna responsabilità per le informazioni incomplete e/o inesatte contenute nel presente documento, né sull'affidabilità delle aziende inserzioniste).



EUROAPPALTI

Selezione di gare d'appalto aperte a tutte le piccole e medie imprese dell'Unione Europea pubblicate nell'apposito spazio della Gazzetta Ufficiale UE serie S.

GERMANIA PARTENKIRCHEN
LAVORI DI DEMOLIZIONE E DI RUSTICO
Appalto lavori di demolizione, lavori di rustico, Clinica.
Termine per il ricevimento delle offerte: 13.02.2006, ore 10.00.
Lingua o lingue: tedesco.

GERMANIA PARTENKIRCHEN
CLINICA
Appalto lavori, opere in cartongesso, servizi di installazione porte, finestre e componenti connesse
Termine per il ricevimento delle offerte: 13.02.2006, ore 10.30.
Lingua o lingue: tedesco.

FRANCIA - LIONE
REALIZZAZIONE DI UNA INSTALLAZIONE DI COMBUSTIONE BIOMASSA
Appalto di lavori di costruzione di centrali elettriche
Termine per il ricevimento delle offerte: 13.02.2006.
Lingua o lingue: francese.

GERMANIA PARTENKIRCHEN
LAVORI DI INSTALLAZIONE DI APPARECCHIATURE IDROSANITARIE
Appalto lavori di installazione di apparecchiature idrosanitarie. Clinica
Termine per il ricevimento delle offerte: 16.02.2006, ore 11.00.
Lingua o lingue: tedesco.

FRANCIA FORT DE FRANCE
MOBILI PER UFFICI
Appalto di fornitura mobili

per uffici. Termine per il ricevimento delle offerte: 17.02.2006, ore 12.30.
Lingua o lingue: francese.

SPECIALE PROGETTI
PROGETTO CINA - SETTORE VINO E AGROALIMENTARE
Nell'ambito delle attività previste dalla CCiaa di Udine e di Pordenone, in collaborazione con le CCiaa di Gorizia e Trieste e con gli Uffici Ice, all'interno del "Progetto di Promozione e Sviluppo delle relazioni economiche tra la regione Friuli Venezia Giulia e la Cina" rientrante nell'Accordo di Programma tra la Regione stessa e il Ministero per le Attività Produttive (Convenzione 2004-2005 tra la Regione e l'ICE), è gradito segnalare che è prevista la realizzazione di una missione che riguarderà i settori VINO E AGROALIMENTARE.

L'iniziativa è programmata dal 13 al 20 marzo 2006, riguarderà le aree di CANTON, SHENZHEN (Provincia Guangdong) e CHENGDU (Provincia Sichuan) e prevede la realizzazione di degustazioni e di un programma di incontri operativi per le imprese.

Le aziende interessate possono manifestare il loro interesse contattando la Cciaa di Udine, Ufficio Internazionale, Tel. 0432 273295 - 273230 fax. 0432 503919, che rimane a disposizione per qualsiasi ulteriore informazione.

PROGETTO RUSSIA SETTORE MECCANICA
E' gradito segnalare che è prevista la partecipazione con stand collettivo di aziende regionali alla FIERA "STANKY PRIBORY INSTRUMENTY" (4-7 aprile 2006 PERM, Russia). www.fair.perm.ru.

perm.ru. La fiera, giunta alla 5° edizione, è dedicata alle macchine utensili, alla metallurgia ed alla saldatura, macchine ed attrezzature per lavorazione di metallo, pietra e materiali sintetici; strumenti di controllo e misurazione; risparmio energetico e salvaguardia ambientale; tecnologia e sviluppo di saldatori, motori elettrici, trasformatori, pompe; ricerca e sviluppo di nuovi sistemi produttivi e centri di processo; commercializzazione di macchinari usati e restaurati; design industriale avanzato.

Nell'ambito delle attività previste dalla CCiaa di Udine e di Pordenone, in collaborazione con le CCiaa di Gorizia e Trieste e con gli Uffici Ice, all'interno del "Progetto di Promozione e Sviluppo delle relazioni economiche tra la regione Friuli Venezia Giulia e la Federazione Russa" (Accordo di Programma tra la Regione stessa e il Ministero per le Attività Produttive - Convenzione 2004-2005 tra la Regione e l'ICE).

INFO NEWS

BOSNIA-ERZEGOVINA
Prestiti BEI per strade
La BEI, Banca Europea per gli Investimenti, concederà alla Bosnia-Erzegovina 65 milioni di Euro per la costruzione della sezione autostradale Banja Luka-Gradiška e per un nuovo ponte sul fiume Sava. L'opera, lunga 29 km., con quattro corsie consentirà un accesso diretto al Corridoio 10. Il nuovo collegamento aiuterà lo sviluppo dell'economia della Bosnia e l'integrazione regionale facilitando i flussi di merci e passeggeri tra il Centro Europa e il Mare Adriatico. Il prestito BEI



sarà complementare al finanziamento BERS e al contributo dello Stato Italiano per il settore trasporti. Per il 2010 è previsto il completamento del progetto. (Fonte: Rapid, Commissione Europea).

ROMANIA
Nel 2006 i fondi europei saranno concessi per investimenti privati. Il capo della Delegazione della Commissione Europea per la Romania, Jonathan Scheele, ha dichiarato che nel 2006 i fondi europei saranno concessi prevalentemente per progetti di investimenti privati. "La strategia dell'Unione Europea, continua la dichiarazione di Scheele, consiste nell'incentivare le iniziative private che permettano nel futuro, anche alle amministrazioni locali, di accedere ai fondi necessari per i loro progetti destinati allo sviluppo delle rispettive zone, fondi provenienti dalle imposte e tasse ottenibili dall'incentivazione degli investimenti privati che utilizzano i fondi europei. Vogliamo incoraggiare l'iniziativa, lo spirito imprenditoriale privato che può dinamizzare lo sviluppo rapido di una località, di una regione, di una zona". (Fonte: Associazione Imprenditori italiani in Romania, www.aiir.ro).

