

2005-2006

Aspettando la svolta

alle pagine
20, 21, 31, 33, 35, 37

Patto per il rilancio

di Mauro Filippo Grillone

Stretto nella morsa di Paesi a maggior crescita del Pil e con produzioni tecnologicamente avanzate e Paesi in via di sviluppo a ritmo esponenziale, grazie anche a costi (dall'energia alla manodopera) a dir poco ridicoli, "affossato" da un sistema Italia in-

capace persino della più piccola riforma - anche quelle a costo zero - che restituisca competitività alle aziende, il Friuli arranca e paga il suo tributo con l'espandersi dei punti di crisi, anche se non siamo ad una situazione di emergenza.

(segue a pagina 20)

FRIULIA



**Zio Illy
fa il pieno**

a pagina 4

CORTE DEI CONTI



**Enti pubblici
che non pagano**

a pagina 15



IL CASTELLO

**Un alieno
a Udine**

a pagina 16

TOCAI



**Finale
all'italiana**

a pagina 23

ATTUALITÀ

L'annuario di tutte le principali aziende della regione coi dati dei loro bilanci

La top 2000 delle imprese

Molte le curiosità. Lo scenario mostra un'economia stabile ed essenzialmente matura

di Carlo T. Parmegiani

Duemila aziende di ogni settore. Le maggiori della regione per fatturato nel 2004. Sono quelle che hanno trovato spazio nell'ottava edizione dell'annuario "Impresa & Economia", presentato recentemente all'Assindustria di Udine.

In 327 pagine e un cd, l'annuario, sulla base dei dati Cerved, offre uno specchio dettagliato dell'economia regionale, confrontando i principali dati di bilancio (fatturato, utile, costo del lavoro, ammortamenti, patrimonio netto, Roi, Roe) delle aziende considerate.

Si va dalle triestine Assicurazioni Generali che con 5.793.750.463,99 di euro si aggiudicano il primo posto alla udinese Cresmed Hospital srl che con 2.362.811,99 euro si accaparra l'ultima piazza disponibile. Fatturati sì, ma anche utili e allora ecco il dato relativo al significativo è il valore dell'utile sul fatturato: qui le cose cambiano e a piazzarsi al primo posto è l'udinese Fin.Fer.Spa che con 3.911.508,99 euro fatturati ed un risultato di 21.138.123,99 mette a segno un'invidiabile rapporto del 540,41%.

L'annuario, poi, ha anche stilato le classifiche in base al fatturato di ben 39 settori economici che vanno dall'agricoltura-allevamento fino al vetro-ceramica. Spulciando nei diversi settori si possono così scoprire alcune curiosità. Si osserva, ad esempio, che: la Illycaffè è la principale azienda alimentare della regione con oltre 162milioni di euro di fat-



Industrie ad Osoppo. Accanto al titolo, la copertina dell'annuario. Sotto, la laguna di Marano

turato; nel settore arredomobili il primo posto spetta alla Snaidero che con oltre 258milioni sopravanza di circa 48milioni di euro la Fantoni; la Stock di Trieste nel settore bevande-alcolici con 101milioni ha un fatturato quasi triplo della Birra Castello di Udine che si piazza al secondo posto; nel commercio a farla da padrona è l'Unione Farmacisti con oltre 164milioni; nelle costruzioni la De Eccher di Udine con oltre 254milioni è quasi dieci volte più grande della seconda classificata, l'udinese I.c.o.p che si attesta attorno ai 30 milioni; nel settore energia la triestina Acegas con 470milioni ha un fatturato più che triplo della udinese Estgas.

Si nota, poi, che il meccanico-metallurgico-metalmecanico con 401 aziende su 2000 rappresenta il settore che crea i maggiori fatturati della regione, seguito da commercio (346 aziende), arredo mobili

(178), costruzioni impianti (174), alimentare (134), trasporti (119).

Difficile dire quanto i risultati delle aziende presentate nell'annuario possano essere indicativi dell'andamento dell'economia regionale, visto che non possono tener conto dell'ampio tessuto delle Pmi che sono ancora l'asse portante del nostro sistema economico.

Dal volume, comunque, emergono certamente considerazioni interessanti.

In primis la sostanziale stabilità del sistema. Il confronto tra le aziende leader per volumi di fatturato nel 2004 e quelle dei bienni precedenti non presenta, infatti, scostamenti rilevanti, dando il segno, nel bene e nel male, di un'economia matura. Probabilmente se l'indagine fosse stata svolta in una regione ad economia più dinamica, come negli Usa o nei Paesi asiatici, avrebbe registrato mutamenti molto

più significativi. I risultati dell'annuario risentono, poi, di specificità locali. Ad esempio, la netta crescita del rapporto tra utile e fatturato a Trieste (+11,13%), è in gran parte frutto della performance del settore assicurativo, cioè di Generali e Lloyd Adriatico. In particolare alla base dei brillanti numeri triestini vi sono le attività immobiliari della società del Leone, realizzate in buona parte al di fuori della provincia.

Se l'economia triestina e anche quella goriziana confermano di essere prevalentemente centrate su assicurazioni e credito (come dimostra anche la prima posizione di Friulcassa tra le imprese isontine), quella friulana ribadisce la propria vocazione manifatturiera. Nell'udinese, infatti, troviamo ai vertici l'attività siderurgica con Pittini e Danieli e nel pordenonese l'Electrolux-Zanussi.

Il confronto tra province mette in luce i migliora-

menti del pordenonese che nel 1998 contava 627 delle 2000 aziende leader, divenute 689 nel 2004. Un +10% a fronte dei cali da 318 a 285 aziende di Trieste, da 809 a 790 di Udine, da 246 a 236 di Gorizia.

Come detto, però, il dato forse più significativo è il rapporto utile su fatturato. Ecco allora che, fatta eccezione per la componente triestina con le sue già evidenziate caratteristiche settoriali, i margini medi sono davvero modesti: 2,88% a Pordenone, 2,03% a Udine, 1,89% a Gorizia. Un'evidente indicazione delle difficoltà in cui si dibatte l'imprenditoria regionale che, tuttavia, anche in un anno di quasi stagnazione, riesce a far segnare dati pur sempre positivi. Il segno chiaro di imprenditori decisi a non arrendersi e a combattere in tutti i modi possibili per ridare slancio alle loro aziende e all'economia della regione.

Joint venture Pinosa-Laimet

La Pinosa di Tarcento ha concluso un importante accordo con la finlandese Laimet, azienda che opera a livello mondiale, specializzata nella produzione di una vastissima gamma di speciali cippatrici tecnologicamente avanzate e segherie mobili innovative.

«Stiamo lavorando – spiega il presidente Mauro Pinosa – nella progettazione di impianti di cogenerazione (produzione di energia elettrica e calore) tecnologicamente avanzati che utilizzano biomassa e che possono essere facilmente installati localmente anche nelle zone montane e che possono funzionare esclusivamente con materiale cippato o comunque ridotto in piccole dimensioni.

Volevamo però sviluppare macchinari tecnologicamente avanzati, in grado di lavorare qualsiasi tipo di materiale a qualsiasi temperatura ambiente, mantenendo un'alta produttività ed un basso consumo energetico. Da qui l'idea di unire la nostra esperienza nel settore e quella della Laimet.

L'accordo prevede anche l'importazione esclusiva per il territorio nazionale italiano di tutti i prodotti Laimet e la distribuzione dei nostri macchinari in Finlandia ed altri paesi nordici da parte loro».

UN CENTRO DI ECCELLENZA AMBIENTALE

Master sulla laguna

Nascono a Udine un centro di eccellenza ambientale e un master in ambiente. Il ministero dell'Ambiente, l'Università di Udine, il Consorzio per lo sviluppo industriale dell'Aussa Corno e il Consorzio Friuli Innovazione hanno infatti firmato un protocollo d'intesa per l'istituzione di un centro di eccellenza per lo sviluppo di strategie, tecnologie e competenze per la gestione ambientale, che prevede anche l'avvio di un master di un anno in Scienze dell'ingegneria e della gestione ambientale e di un laboratorio di ingegneria e

protezione ambientale. Il centro - è stato precisato - ha l'obiettivo di diventare un punto di riferimento internazionale attraverso la collaborazione tra docenti di fama internazionale e le Università italiane e straniere di alta specializzazione ambientale, per mettere in comune le rispettive esperienze e il parco di studenti e ricercatori. L'iniziativa intende anche sviluppare competenze altamente specialistiche e creare un centro di sviluppo di metodologie e tecnologie che promuova, in maniera ecocompatibile, la crescita territoriale di un nuovo settore in-

dustriale ad alto contenuto tecnico-scientifico.

Per la creazione del Centro il ministero dell'Ambiente ha previsto un investimento di 600 mila euro. I primi studi saranno dedicati in particolare, ha spiegato Alfredo Soldati, professore di Impianti chimici all'ateneo di Udine e responsabile scientifico del progetto, «al risanamento del comprensorio lagunare di Grado e Marano. Il Laboratorio del Centro svilupperà, attraverso la partecipazione di docenti, stagisti, laureandi e dottorandi, risposte progettuali e strategie per risolvere le problematiche ambien-



tali, come l'inquinamento delle acque e dei fanghi e del terreno».

Il progetto «è il risultato del primo accordo di programma fra l'ateneo friulano e il ministero dell'Ambiente», ha puntualiz-

zato il rettore Furio Honnell. «Coinvolgere le Università, la ricerca, la scienza – così ha detto il ministro Matteoli – servirà a dare un approccio scientifico e non ideologico alle tematiche dell'ambiente».

UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:
Adalberto Valduga

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:
EURONEWS

Tel. 0432 512270-292399-202813

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

ATTUALITÀ

Non sarà la solita fiera, ma luogo di contaminazione creativa. Parola di governatore

InnovAction secondo Illy

Attesi 250 espositori tra aziende, centri di ricerca, parchi tecnologici e operatori

di Cristian Rigo

InnovAction, la prima fiera internazionale dell'innovazione, sarà il canale privilegiato attraverso il quale il Friuli Venezia Giulia potrà proiettarsi sul resto del mondo. Parola del governatore della Regione, Riccardo Illy. "La parola d'ordine dell'evento - assicura Illy - sarà contaminazione. Rispetto alle consuete fiere di prodotti, InnovAction intende presentare l'intera filiera del processo innovativo. Dalla ricerca di base alla conoscenza, dall'invenzione attraverso le idee alla realizzazione di un servizio o un prodotto che, sorretto da un piano industriale e finanziario, affronta il mercato".

Ed essendo l'innovazione per definizione un processo in continuo mutamento, InnovAction intende favorire scambi di tecniche ed esperienze provenienti anche da settori completamente diversi tra loro. Non si tratterà quindi di una fiera settoriale, ma di un luogo di contaminazione creativa.

Ad animare i 21 mila mq dei 9 padiglioni della Fiera di Udine, dal 9 all'11 febbraio, ci saranno infatti 250 soggetti tra aziende, centri di ricerca, parchi tecnologici, imprenditori e operatori finanziari. E a testimonianza del fatto che si tratterà di un'innovazione diffusa che coinvolge non solo le aziende e le pubbliche amministrazioni, ma anche i singoli cittadini, a conclusione della tre giorni di incontri, conferenze, dibattiti e workshop ci sarà anche una festa che avrà come principale partner orga-



nizzatore Mtv, l'emittente specializzata nell'intrattenimento musicale. "I giovani sono attratti dall'innovazione e ne fanno un ampio utilizzo - dice Illy - di conseguenza saranno coinvolti nella fiera nella duplice veste di fruitori e potenziali futuri produttori di innovazione. Siamo tra le poche regioni italiane in cui le iscrizioni alle facoltà scientifiche sono in aumento e intendiamo stimolare questa tendenza. Sul fronte dell'innovazione abbiamo moltiplicato le risorse da 11 a 65 milioni di euro con l'obiettivo di ridare al Friuli Venezia Giulia un ruolo centrale a livello internazionale. Con l'allargamento

dell'Unione Europea verso Est e l'emergere del Sudest asiatico - prosegue il governatore - il Friuli Venezia Giulia si trova di nuovo in una posizione centrale, come già era accaduto nella sua storia plurisecolare. Questa posizione strategica ha stimolato all'interno della Regione una forte spinta all'innovazione e al trasferimento delle conoscenze dai laboratori alle imprese. Rispetto alle sue dimensioni nella regione c'è una sovrabbondanza di università e centri di ricerca. Sul fronte della conoscenza abbiamo quindi importanti risorse da investire e con InnovAction le imprese avranno l'occasione di ricevere stimoli e

contaminazioni per poter vincere la sfida con il mercato globale".

La prima fiera internazionale dell'innovazione è organizzata dalla Regione Friuli Venezia Giulia e da Udine Fiere in collaborazione con l'università di Udine e la camera di commercio udinese. Del comitato scientifico di supporto fanno parte anche Area science park, l'università e la Sissa di Trieste, il consorzio Friuli innovazione, il Polo tecnologico di Pordenone, gli enti camerale della regione, le associazioni di categoria e l'Eidon di Udine. Tra i saloni di InnovAction, dal 9 all'11 febbraio, sarà presente anche una delegazione ci-

nese, ospite delle Camere di commercio.

Tra workshop e conferenze, l'obiettivo annunciato è quello di operare da catalizzatore di processi innovativi favorendo l'incontro tra la conoscenza, le idee e l'innovazione e quindi il sodalizio tra la ricerca e le aziende attive sul mercato. La fiera si articolerà 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).

Nella Square of Knowledge andrà in scena la

produzione di nuova conoscenza o la creativa ricombinazione di conoscenze esistenti che sono il primo passo di quel processo che, attraverso lo sviluppo di nuove idee, porta all'innovazione. I seminari, i workshops e i laboratori previsti al suo interno sono stati studiati e progettati in modo da facilitare la contaminazione creativa e fornire ai partecipanti tutte le conoscenze necessarie al management dell'innovazione e del trasferimento tecnologico.

Nella Square of Ideas invece è in programma l'incontro tra domanda ed offerta di idee innovative. L'ostacolo principale di qualsiasi processo innovativo infatti non è la produzione di un'idea ma il suo ingresso sul mercato. Questa piazza raccoglie idee non ancora trasformate in innovazioni e alla ricerca di acquirenti, partners o finanziatori, strumenti indispensabili per confrontarsi con le leggi del commercio.

Nella Square of Innovation infine verranno presentati nuovi prodotti, processi e servizi, già entrati e pronti a entrare sul mercato. 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, nuovi materiali, il legno e l'arredamento, il management, l'organizzazione, la formazione e la comunicazione.

INTERVENTO DELLA LABIO TEST NELLA CITTÀ DI DALIEN

Il gruppo Luci ripulisce la Cina

Due impianti ad alta tecnologia per l'abbattimento degli odori in altrettanti impianti di depurazione a Dalien, in Cina, verranno installati da Labio Test, società del gruppo Luci, leader in Italia nel controllo della qualità dell'aria e nella neutralizzazione dei cattivi odori. La fornitura delle attrezzature per un importo complessivo di 80 mila euro è stata raggiunta grazie ad un accordo commerciale fra Labio Test e la società Gang Fang di Pechino che curerà la commercializzazione delle tecnologie della società del

Gruppo Luci per nel mercato cinese. Committente del lavoro è la società cinese Dalien unsplender waste water treatment limited co. che gestisce decine di impianti di depurazione in tutta la Cina. I lavori di installazione delle apparecchiature made in Friuli inizieranno nei prossimi giorni per concludersi a metà febbraio. Tre i tecnici della società che ha sede a Grions del Torre impegnati nelle fasi di montaggio, avvio e assistenza post vendita a Dalien, città nel nord della Cina con 6 milioni di abitanti e nota per la sue spiagge e per il turismo. In particolare, in

Cina, nuova frontiera commerciale per Labio Test, verranno installate unità del tipo Hp60 in grado di convogliare una miscela di aria e liquido con altissima capacità di abbattimento dei fumi maleodoranti delle vasche degli impianti di depurazione che ogni giorno trattano circa 30 mila metri cubi di reflui civili.

La tecnologia Labio Test è stata preferita su altre in quanto garantisce, con estrema flessibilità, l'abbattimento delle emissioni di cattivi odori in molteplici situazioni. A vantaggio di Labio Test, affermano alla ditta friulana, ha giocato,

oltre a parametri di efficacia e percentuali di riduzione osmogena molto elevati, la disponibilità ad installare i sistemi di trattamento in tempi estremamente ridotti che prevedono il collaudo entro 65 giorni dall'ordine.

"L'intervento che effettueremo - spiega Adriano Luci - consisterà nell'installazione di due impianti che interverranno nelle diverse fasi del processo di depurazione con particolare cura per vasche di trattamento, per le zone di arrivo dei reflui e di filtro pressatura dei fanghi".

Questo importante traguardo nasce da un preli-



Vignetta di Rudi Patauner. Sopra, cyberspazi alla Fiera di Lille. Accanto al titolo, la Fiera di Udine

minare lavoro di indagine e verifica del mercato cinese che ha avuto come momento fondamentale l'esposizione delle tecnologie Labio Test nel padiglione Italia, sponsorizzato dall'Ice, l'Istituto commercio estero, durante la più importante manife-

stazione fieristica dedicata all'ambiente, Ciepec 2005, che si è svolta a Pechino nella primavera dello scorso anno. Labio Test, 2 milioni di fatturato nel 2005 e 10 tecnici impiegati, ha recentemente siglato importanti accordi commerciali con partner in Australia e negli Emirati Arabi Uniti. Impianti simili a quelli che andranno in Cina sono attivi da tempo in molti paesi europei.

Intanto, Labio Test, fra le altre commesse, prosegue i lavori di trattamento dell'aria nella metropolitana di Barcellona.

ATTUALITÀ

Parte col piede giusto Friulia Holding, la più forte finanziaria regionale d'Italia

Le banche in Friulia

Si affaccia sul mercato un colosso nel merchant banking a sostegno del territorio

di Raffaella Mestroni

Storia lunga e abbastanza tormentata, ma con finale di successo. È stata costituita alla fine di dicembre Friulia Holding, il colosso regionale che il presidente Riccardo Illy definisce "iniziativa pilota a livello nazionale" e che si presenta sul mercato con una dote di 810 milioni di euro. La nuova Friulia, secondo Illy, oltre ai benefici immediati (120 milioni di euro che affluiranno nelle casse regionali), potrà contare su quelli a medio e lungo termine, altrettanto importanti per il territorio e l'economia regionale, a cominciare dal miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia delle partecipate fino al rafforzamento del sostegno alle imprese.

In questo modo, la Regione potrà anche svolgere al meglio il suo compito di coordinamento strategico nella crescita del territorio.

Friulia Holding, infatti, punta a sviluppare al massimo il venture capital, una forma di investimento con la quale una società finanziaria, mediante apporto di capitale fresco, acquisisce partecipazioni di minoranza in imprese già costituite (o in fase di costituzione) che, in relazione al loro contenuto innovativo, presentano buone prospettive di crescita nel medio termine.

È un vero e proprio gigante, Friulia Holding, che il Sole 24 Ore, sulla base di un'analisi comparata realizzata dal Politecnico di Milano, considera, insieme a Finaosta, la finan-



Illy ha fatto l'en plein. Sullo sfondo il palazzo della Friulia a Trieste

ziaria regionale più ricca d'Italia.

Il decollo definitivo della superfinanziaria viene sancito dall'assemblea straordinaria dei soci, riunitasi il 21 dicembre 2005, che delibera il doppio aumento di capitale: il primo (perfezionato il 28 dicembre) con il conferimento delle partecipazioni della Regione e dei privati e il secondo, in programma per la fine di febbraio, con il versamento in contanti di 120 milioni, derivanti dall'impegno dei privati.

L'aumento di capitale porta al 20,5% il peso dei privati (con Friulcassa al 3,237%, Friuladria al 2,720%, Bcc al 2,358%, Unicredit al 2,462%, Generali al 2,065, Vicenza all'1,367%, Cividale

all'1,346%, Bnl all'1,405%, Antonveneta allo 0,814% e Lloyd Adriatico allo 0,992%), quattro dei quali Friulcassa, Bcc, Cividale e Bnl, hanno ottime chances per entrare nel Consiglio di Amministrazione allargato della capofila. Fra le banche più generose ad aprire i cordoni della borsa le Bcc, che "cacciano" 19 milioni di euro, seguite a ruota da Friulcassa con 18.

Per partecipare al progetto Friulia Holding, le Bcc del Friuli Venezia Giulia hanno costituito una struttura apposita, la "Finanziaria delle Bcc per lo Sviluppo del territorio", dotata di 35 milioni di euro, "19 milioni per l'ingresso in Friulia - spiega il presidente della Federazione che riunisce le 166 Bcc re-

gionali Italo Del Negro e 16 a disposizione per altri progetti. Con questa nuova realtà, il Credito Cooperativo regionale gestirà in maniera coordinata le partecipazioni di interesse strategico". "Se questa operazione ha avuto successo - aggiunge Del Negro - il merito è proprio delle Banche di Credito Cooperativo, che hanno fatto da traino a tutti gli altri istituti bancari, inizialmente scettici". Per quanto riguarda gli altri soci privati, Generali, Friuladria, Popolare di Vicenza, Cividale spa, Bnl e Unicredit mettono sul piatto 10 milioni di euro a testa, Lloyd Adriatico 8 e Antonveneta 5.

"Sostenere l'operazione Friulia Holding per la nostra banca - afferma Ange-

lo Sette, presidente di Friuladria - significa dare concretezza alla propria strategia di stimolo e supporto al tessuto economico locale. Questo perché auspichiamo che Friulia possa davvero diventare quello strumento in grado di dare risposte concrete ai bisogni delle aziende locali alle prese con il processo di internazionalizzazione e con il cambio generazionale. Aiutare le aziende ad essere competitive sul mercato globale vuol dire mettere benzina nel motore dell'economia locale. Quando un'azienda chiude è il territorio che s'impoverisce, non solo l'imprenditore e i lavoratori di quell'azienda".

Dopo tanti tentennamenti, insomma, le banche ritrovano il loro ruolo da pro-

tagoniste, ruolo peraltro che la Regione ha sempre riconosciuto, soprattutto per quanto riguarda quelli locali.

Con il varo di Friulia Holding, Riccardo Illy ha dunque vinto la prima parte della sua scommessa. La seconda, che ruota intorno al "core business" della società dove, accanto all'attività tradizionale troveranno posto il buy out e il venture capital, ha bisogno ancora di un po' di tempo. Federico Marescotti, amministratore delegato della finanziaria, infatti, stima in 4 anni l'arco di tempo necessario perché l'operazione vada a regime e produca risultati che, in termini di redditività, siano in linea con le attese degli investitori privati.

LA RACCOLTA 2005 CRESCIUTA DEL 18%

Bcc Manzano s'allarga in Friuli

La Banca di Credito Cooperativo di Manzano è pronta per diventare una banca provinciale. Il 1° febbraio verrà inaugurato, infatti, il nuovo sportello di Codroipo mentre, entro i primi sei mesi dell'anno, è prevista l'apertura della terza filiale a Udine. L'espansione è resa possibile dal buon andamento dell'istituto evidenziato dai dati patrimoniali del 2005, che registrano un +18% per la raccolta globale, pari a quasi 145 milioni di euro su un totale di 948 milioni, e una crescita sia della raccolta indiretta, che ha sfiorato i 93 milioni di euro con un

+26,81% (per un totale di 438 milioni), sia di quella diretta, che ha segnato un +11,4%, pari a oltre 52 milioni di euro (per un totale di 510 milioni). I dati sottolineano anche una crescita del 22,65%, per un totale di 210 milioni di euro, degli impieghi presso le filiali al di fuori dell'area storica della banca.

"In un quadro in continua trasformazione - chiarisce il presidente della Bcc di Manzano, Pierluigi Zamò - è necessario trovare sempre nuove risposte alle sfide lanciate dal mercato. Pur rimanendo, infatti, una banca locale, attenta alle necessità del Distretto e ca-

pace di sostenerlo, la Bcc deve guardare avanti, operando anche oltre i confini di tradizionale competenza. La fiducia dimostrata fino ad ora dai risparmiatori ci spinge a proseguire su questa strada. Fra pochi giorni, infatti, inaugureremo lo sportello di Codroipo, mentre stiamo elaborando il progetto di apertura di una terza filiale a Udine".

Si è rafforzato, dunque, il legame fra l'istituto di credito manzanese e i risparmiatori, come evidenziato dal netto incremento sia degli impieghi ai privati, che hanno registrato un +24,38%, pari a quasi

21 milioni di euro, sia dei nuovi mutui ipotecari che, nel 2005, sono cresciuti di 362 unità, con un aumento complessivo dell'11,38% rispetto al 2004.

Sono aumentati i conti correnti, anche grazie all'iniziativa del conto corrente a canone zero, che ha portato l'apertura di 3.356 nuovi conti presso gli sportelli della Bcc di Manzano, a fronte dei 1.652 del 2004.

Per quanto riguarda la raccolta indiretta il risparmio amministrato ha registrato, per il 2005, un +14,58% (per un totale di 176 milioni), le gestioni patrimoniali sono cresciute del 39,35% (per un totale

di 132 milioni), mentre i fondi di investimento e le Sicav hanno segnato l'incremento maggiore toccando il 49,19% (per un totale di 65 milioni). Segno positivo anche per il risparmio assicurativo, con un +21,89% (per un totale di 65 milioni).

"Questi dati - prosegue Zamò - dimostrano come la banca abbia saputo ben consigliare i risparmiatori, suggerendo loro investimenti mirati che hanno colto le opportunità offerte dalla ripresa dei mercati finanziari internazionali".

La Banca ha continuato e continua a sostenere le aziende che hanno difficoltà



Pierluigi Zamò

momentanee, pur mantenendo i tradizionali prudenti criteri di attenta selezione: questo ha consentito la riduzione del 19,52% delle posizioni ad incaglio contestualmente al raggiungimento di un livello sofferenze/impieghi pari al 1,18%, sicuramente tra i migliori del settore.

IMPRESE

Emporio Adv: comunicazione su misura e mood attento ai nuovi gusti dell'advertising

Siamo l'ironia flessibile

"Dobbiamo ricercare soluzioni ad hoc per un mercato non da catturare ma da capire"

di Cristian Rigo

Emporio Adv. Un nome già noto nel panorama della comunicazione pubblicitaria, non più solamente in regione.

Tra i suoi nuovi clienti l'Emporio annovera infatti realtà del calibro dell'aeroporto di Venezia, di Revita gruppo Domino di Udine, del Gruppo Genia spa di Milano che si occupa di gestione servizi di energia, gas, acqua e ambiente, della Federambiente di Roma, del Wwf per la riserva naturale marina di Miramare a Trieste, della Ssm (il sistema sosta e mobilità di Udine), dello stilista di abiti da sposa Fabio Gritti, del Crb, impresa svizzera di cosmetica e di Kaos, consolidata azienda tedesca nella produzione di occhiali da sole.

La dimostrazione concreta di come sia possibile inserirsi nel mercato della comunicazione globale anche partendo da una posizione geograficamente periferica come quella del capoluogo udinese. L'Emporio Adv infatti ha sede a Udine, ma è comunque riuscito a conquistarsi un'importante fetta di mercato acquisendo firme nazionali e internazionali di rilievo. L'arma in più dell'Emporio, oltre a uno staff ormai collaudato, accomunato da una grande passione e da un'esperienza consolidata attraverso percorsi paralleli, è quello della flessibilità dell'offerta.

"Professionalità e flessibilità ci permettono di operare in ogni tipologia del settore, definendo uno stile sempre più riconoscibile - spiega Enrico Accettola, giova-



Evento di moda by Emporio Adv. Sotto, Enrico Accettola

ne titolare di Emporio Adv - sempre più spesso, chi si rivolge a noi già conosce il nostro registro di comunicazione e per questo sceglie di affidarci la propria azienda". Un mood ironico, essenziale, ispirato a una continua dialettica con gli utenti e caratterizzato da cambiamenti costanti, pronti a intercettare le ultime tendenze in termini di gusto e comunicazione.

Nata in tempi recenti, la giovane agenzia udinese, specializzata in marketing e advertising, continua a raccogliere consensi. "Il bilancio è soddisfacente - osserva Accettola -, il trend in crescita e il Roi di Emporio ADV è positivo". Un quadro di successo, dipinto da dipendenti e collaboratori d'alto profilo competitivo. "Nel mio staff ci sono professionisti provenienti da grandi agenzie - illu-

stra Accettola - e con background internazionali alle spalle che hanno lavorato per nomi come Alfa Romeo, Alitalia, Cagiva, Rai, Telecom Italia, Ford, Mazda, persone allenare alla versatilità e al confronto con realtà diverse, ma anche giovani carichi di entusiasmo e nuove idee sui quali ho deciso di investire".

La gestione e il management di Emporio Adv sono ispirati a un'idea d'impresa flessibile e aperta al confronto, sensibile alle sfide e alle nuove opportunità, dove ruoli e saperi confluiscono in una cultura comune, premessa indispensabile per la funzionalità aziendale. "Una specie di co-design con il cliente - chiarisce Accettola - in un progetto che traduca aspirazioni e obiettivi reciproci. E' questa la philosophy di Emporio ADV, da sem-

pre tesa all'interazione di nuove formule. Chi ci sceglie sa di poter raggiungere un'espressione calibrata sui propri bisogni in un processo di comunicazione su misura. Desideri, aspirazioni e stili cambiano in un'evoluzione rapida e, apparentemente, impercettibile. Ora più che mai è necessario offrire strumenti duttili e camaleontici. L'era dei modelli, dei diagrammi e delle statistiche non potrà più riflettere la complessità dei nuovi orientamenti. Per questo sarà utile, rivolgersi a nuove chiavi di lettura, a interpretazioni umanistiche e sociali, le sole in grado di anticipare e percepire cambiamenti e attitudini."

Non più moduli standard ma soluzioni ad hoc per un mercato non da catturare ma da capire, lontano dal marketing aggressivo e pe-

netrante così inflazionato negli ultimi anni.

In tempi di complessità socio-economica, individuare gli elementi da focalizzare nella comunicazione d'impresa richiede, secondo l'Emporio, la formazione di una nuova sensibilità. "In una parola di creatività nel fare impresa, di una visione che non cerchi etichette e comode semplificazioni. Ma - continua Accettola -, una forma alternativa all'automatismo strategico. In Emporio Adv qualsiasi intervento è altamente personalizzato, mirato alla soluzione non solo di un problema ma al dialogo con il nostro interlocutore".

Ma come vivono le aziende gli investimenti nel settore? "Persistono le barriere culturali e i luoghi comuni - replica Accettola -, si pensa ancora alla comunicazione come a un costo nonostante molte realtà, soprattutto le più piccole, stiano maturando la consapevolezza dell'investimento pubblicitario, proiettandosi nell'età del cambiamento. La qualità, la storia e la tradizione non viaggiano più da sé ma solo attraverso strumenti come il marketing e la comunicazione, fondamentali per definire il plus valore di tutto il made in Italy. La conoscenza è la strada per combattere la minaccia di competitor sempre più vicini, come quelli asiatici e dell'est europeo. Antagonisti imprevedibili perché estranei al fair play e pronti davvero a tutto pur di espandersi nei mercati occidentali. La risposta per contenere un'invasione di questa portata sta

Profilo d'impresa

Comunicazione e dintorni

Emporio Adv ha sede in Udine, in Viale Cadore 3/a. È un'agenzia specializzata in comunicazione e marketing: operativa in ogni area creativa e strategica, si muove perfettamente tra immagini coordinate e packaging, cataloghistica e campagne su ogni mezzo. L'agenzia, che vanta un reparto dedicato al marketing strategico, offre anche il supporto a qualsiasi tipo di prodotto/servizio in ogni sua fase: casting fotografici, studio e reperibilità location, organizzazione e gestione dei contatti con i fornitori. Il fatturato, in 5 anni ha registrato un trend medio di crescita pari al 30% annuo. Contatti: info@emporioadv.it, tel. 0432546996, fax 0432546657.

nel trasformare la minaccia in opportunità, sviluppando nuove teste, impegnandoci nella formazione e nella ricerca, evitando dispersione e fuga dei cervelli migliori".

Di Emporio Adv, anche la creazione di Moda in Mercatovecchio, tra gli appuntamenti più noti dello show business regionale. Un evento che, giunto alla sua terza edizione, è riuscito immediatamente a suscitare l'attenzione di addetti ai lavori e appassionati. Un'iniziativa che l'Emporio mira ad estendere oltre confine per un format ancora più nuovo e intrigante.

L'IMPORTANZA DEL GIOCO DI SQUADRA

La grande lezione del deserto

Ad appena 32 anni gestisce un'azienda di comunicazione che in soli cinque anni di attività è riuscita, aumentando ogni anno del 30% il fatturato, a superare la soglia del milione di euro: un obiettivo importante, un sogno che diventa realtà. Ma Enrico Accettola non ha finito di sognare.

E per il futuro dell'Emporio Adv ha già in men-

te nuovi percorsi da intraprendere e nuove sfide da affrontare e da vincere con la forza del gruppo. "Una delle cose che ho sperimentato in questi anni di attività - dice infatti - è che un imprenditore deve saper delegare. Da soli non si va da nessuna parte, in qualsiasi campo è indispensabile il gioco di squadra".

La prima grande esperienza in questo senso Accettola non l'ha maturata ascoltando una lezione di new economy, ma nel bel mezzo del deserto. "Ero giovanissimo - ricorda -, ed

essendo risultato tra i migliori agenti di commercio capi area della Fabbri editori avevo vinto la partecipazione a uno stage piuttosto atipico. Invece di farci seguire una classica lezione di aggiornamento l'azienda ci ha coinvolti in una sorta di grande caccia al tesoro per farci comprendere l'importanza della collaborazione reciproca. Eravamo divisi in squadre di 10 persone ciascuna - prosegue - e ognuno dei componenti era responsabile di uno strumento nel tempo indispensabile ma da solo insufficiente a ga-

rantire la nostra sopravvivenza e la riuscita del gioco. Qualcuno aveva la bussole, qualcun altro l'acqua e così via. Partendo da punti diversi ogni squadra doveva compiere un percorso prestabilito nel deserto per raggiungere il prima possibile la meta conclusiva comune a tutte le squadre. Lavorare in gruppo era fondamentale".

E dire che, provenendo da una famiglia di ristoratori, Accettola ha alle spalle un'infanzia da giramondo caratterizzata da frequenti spostamenti con la conseguente difficoltà a

creare rapporti interpersonali stabili. Anche da qui la voglia di rendersi subito indipendente: a soli 17 anni Accettola va a vivere da solo e comincia a lavorare accumulando quel bagaglio di esperienze che oggi fanno la sua fortuna. "Non ho seguito un percorso didattico canonico nell'ambito della comunicazione - afferma -, ma questa è la forza del nostro gruppo. Abbiamo professionalità ed esperienze molto diverse che ci consentono di adattarci al target e alle finalità dei nostri clienti".

Cristian Rigo



IMPRESE



Storia di un successo tutto friulano nato dalla voglia di far contenta la clientela

Arteni il lungo big bang

Moda, sport, casa. Ora anche un ristorante. E presto musica dal vivo per i ragazzi

di Rosalba Tello

Chi non ha mai acquistato "li di Arteni" alzi la mano. Il nome di quest'azienda è talmente calato nella realtà friulana, così riconosciuto e legato alla storia e alle vicende di un'intera regione - la povertà contadina, il terremoto, la voglia di riscatto, la rinascita, il rischio e la lungimiranza, il successo imprenditoriale, la sobrietà tutta friulana di vivere questo successo - che difficilmente qualcuno potrà affermare, in buona fede, di non conoscere Arteni e il suo accattivante e onnipresente marchio con i pallini rossi, una volta raffigurante un allegro fiore, ed oggi, per ragioni di marketing, dimezzato con un ringiovanente restyling.

Che si tratti di alta moda, di abbigliamento sportivo o di oggetti per la casa, quando nella scelta del prodotto la qualità costituisce un fattore prioritario è impossibile non trovare in uno dei negozi della catena Arteni (a Tavagnacco, Codroipo, Feletto Umberto, e a Udine da b/store, CasArteni, Giis, Marina Rinaldi, Profili, Querini Uomo), tra i 300 marchi a disposizione, ciò che si cerca. Un grande gruppo in un'ospitale casa, "praticamente una famiglia", come definisce, senza falsa retorica, il presidente Gianni il suo affiatato staff di circa 240 persone, tra dipendenti e collaboratori.

"La fiducia non viene mai riposta gratuitamente", afferma. "Abbiamo sempre rispettato il valore dei soldi dei nostri clienti, e ciò è stato ripagato negli anni. Di questo mestiere mi piacciono le stesse cose di una volta: il contatto con la gente, il piacere di stringere la



Il centro commerciale Arteni sul viale Tricesimo a Tavagnacco. Accanto al titolo, la nuova sede a Codroipo

mano ai clienti e di conversare con loro semplicemente del tempo o della salute". Ed infatti Gianni Arteni lo si vede spesso aggirarsi nei piani bassi, con quell'antico fare da gentiluomo, tra scaffali, commesse e acquirenti, intento a salutare affabile dispensando consigli - richiesti - sul capo spalla uomo (il suo must) o sull'ultimo articolo alla moda. "Il rinnovo della merce è a cadenza settimanale, il prodotto è quindi sempre fresco. Peccato però che l'elegante si venda sempre meno - si rammarica il presidente del Gruppo, affezionato ai più impegnativi capi maschili in auge negli anni '70 -, ormai con l'uso dell'auto si privilegiano abiti sportivi, pratici, corti. In questi 40 anni i gusti sono

molto cambiati, in compenso il consumatore di oggi è più consapevole ed attento al rapporto qualità/prezzo, ed ha idee chiare su cosa acquistare".

Precursori nella vendita del capo confezionato, gli Arteni Renza, Sergio, Gianni e Nella - figli di mezzadri e sin da piccoli avviati al lavoro in bottega - intrapresero l'attività commerciale negli anni '60: dal primo negozio di mercerie e tessuti di Feletto a conduzione familiare fino ai successivi trasferimenti ed ampliamenti tra Udine e Tavagnacco, la catena Arteni Snc (divenuta poi una Spa nel '96) cresceva inesorabilmente, allargandosi allo sport (dopo il terremoto), alla casa, alla moda giovane. "La jeanseria l'abbiamo

inventata noi a Udine con Pedrini libraio di via Cavour - ricorda Gianni. - Era il primo negozio interamente dedicato ai giovani". Determinante fu il ruolo, nella diffusione del marchio, svolto dalla pubblicità, in cui Gianni ha sempre creduto; memorabile la promozione sul materasso ("tutti ci portarono quello vecchio per ottenere lo sconto sul nuovo"), le televendite, la trovata dei manichini viventi in vetrina e dell'auto-bus inglese a due piani che raccoglieva i clienti da portare nei negozi Arteni (comprensivo di merenda e mini-giro), il Club card, un fido senza interessi che consentiva di spendere, sulla parola, fino a 2 milioni di lire. Gli Arteni furono anche i primi a lanciare sul mer-

cato la prassi della permuta: "ogni sabato si formava una lunga fila prima dell'apertura - ricorda Gianni. - I clienti consegnavano vecchi abiti freschi di tintoria che noi devolvevamo alla Caritas". E furono ancora i primi a portare la sfilata di moda a Udine, evento mondano che ogni anno attira folle di clienti e vip, con madrine e presentatori d'eccezione quali Mike Bongiorno, Corrado ("improvvisava spassosissime vendite dal bancone"), Maria Giovanna Elmi, il mago Silvan, e in tempi più recenti Milly Carlucci, Gigi Sabani, Alberto Tomba, Alba Parietti. "E' una vita affascinante - afferma il presidente -, ogni mattina mi alzo con lo stesso entusiasmo e vivo l'evoluzione della moda,

o cambiamenti stagionali, il rinnovamento".

E che la staticità sia estranea ad Arteni lo dimostrano i continui progetti che il vulcanico presidente sforna da un giorno all'altro: il più recente riguarda l'apertura a Tavagnacco del ristorante, per ospitare anche i clienti d'oltralpe e dell'est, sempre più numerosi, e chiunque vorrà fermarsi l'intero giorno per gli acquisti. Ma in cantiere c'è un obiettivo ancora più ambizioso: un grande reparto di 2200 mq su due piani interamente dedicato ai ragazzi "dove assieme all'abbigliamento ci sarà spazio per la musica dal vivo, l'intrattenimento, un internet point e tutto ciò che più piace al pubblico giovane".

Profilo d'impresa

Management tutto famiglia

Alla guida di Arteni Spa c'è Gianni Arteni, assieme alla moglie Adriana, le figlie Cristina e Tiziana, il fratello Sergio, la cognata Luciana e il nipote Matteo. Luciana si occupa del reparto donna e intimo, ed è la dea ex machina delle sfilate di moda. Il figlio Matteo, ottimo grafico e valente fotografo, è responsabile del Marketing e Comunicazione. La catena di negozi comprende la grande sede di Tavagnacco e quelle di Feletto e Codroipo; a Udine il marchio Arteni è presente con b/store, CasArteni, Giis, Marina Rinaldi, Profili, Querini Uomo. La sede di Arteni (www.arteni.it) è a Tavagnacco, in via Nazionale 135, tel. 0432 661288.

IL PREMIO DI NARRATIVA "NELLA ARTENI"

Letteratura senza dimenticare le sartine

Da tre anni il Gruppo Arteni organizza il Premio nazionale di narrativa "Nella Arteni", un riconoscimento al valore della cultura e del lavoro sartoriale istituito per ricordare la figura della sarta e stilista Nella, prematuramente scomparsa nel 1977, "il cui lavoro e competenza nel settore dell'abbigliamento sono ben noti e riconosciuti - racconta il fratello Gianni. - Dopo aver conseguito il diploma e l'abilitazione all'insegnamento, trasmise le sue conoscenze a centinaia di giovani sartine, divenendo in bre-

ve tempo anche una valente creatrice di moda. Non a caso Udine era considerata da chi veniva da fuori una città elegante e raffinata in fatto di sartoria ("dalle mani delle sarthe nostrane uscirono anche capolavori", scrive Novella Cantarutti, madrina dell'iniziativa). Nel 1961, assieme ai fratelli Gianni, Sergio e Renza, Nella apre a Feletto il primo negozio Arteni; qui orienta ed assiste i clienti in un periodo in cui l'abito confezionato era ancora agli albori, e l'intervento dei sartine sui tessuti imprescindibile. Nel '73 il suo



Da sinistra: i fratelli Arteni, Gianni con Luciano Benetton, una galleria del centro commerciale



nome si afferma ulteriormente con l'ingrandimento del negozio, trasferitosi in via Udine, dove Gianni e Sergio Arteni proseguiranno con successo l'attività. Ogni gennaio si svolge la cerimonia di premia-

zione - presentatrice d'eccezione di quest'anno Maria Giovanna Elmi, reduce dalle fatiche televisive sull'Isola dei famosi -, occasione in cui vengono consegnate anche targhe e diplomi a sartine di un tempo che

hanno dedicato l'intera vita all'arte del cucito. "Nella rappresenta il vessillo di una categoria di lavoratori - spiega Giannino Angeli del centro culturale Settecento per il Terzo Millennio, ideatore ed organizzatore

del Premio - al cui ingegno e creatività, con l'aiuto di "sarti di parole", è giusto rendere merito. Una professione che questa grande donna di Feletto ha riservato con umiltà e riservatezza, la cui dedizione di stilista, maestra e mamma merita di essere collocata nel giusto posto nella memoria locale". Professionisti dell'ago come Nella Arteni i protagonisti dei racconti dei partecipanti al concorso, che ogni anno raccoglie sempre più consensi tra i talenti della scrittura e i dilettanti di tutta Italia.

R.T.

IMPRESE

Ca' d'Oro a San Giorgio di Nogaro: i segreti di un boom che cresce anno dopo anno

Come ti vendo il marmo

Il vantaggio competitivo dell'immagine basata su un marketing orientato sul cliente

di **Marco Ballico**

Dalla provincia di Treviso all'Aussa Corno. Un passo verso la specializzazione che la famiglia trevigiana Andreola decide di compiere verso la fine degli anni ottanta. Un passo coraggioso perché la nuova attività, con il nome di Cà D'Oro, viene affidata a un giovane allora venticinquenne, Pietro Andreola. Suo padre Bruno aveva infatti deciso di diversificare la già consolidata attività edile, creando ex novo un'azienda nella sorgente zona industriale sangiorgina.

La specializzazione, appunto. Il comparto individuato nella nuova avventura industriale è quello lapideo, con una finalizzazione produttiva che investe la lavorazione del granito e del marmo. "I potenziali acquirenti - ricostruisce Pietro Andreola, attuale amministratore unico dell'azienda sangiorgina - erano marmisti e fornitori del settore e la sconfinata area di business privilegiava l'attrattiva geografica del vicino Est europeo, dove si affacciavano imprenditori smaniosi di cavalcare la "giovane" liberalizzazione commerciale".

Lo scenario che il giovane Andreola si trova di fronte, ben prima che si inizi a parlare di globalizzazione, è particolarmente competitivo, tale da intorpidire i guru del marketing strategico: "La materia prima - prosegue Pietro -, vale a dire i blocchi provenienti dalle cave di tutto il mondo, era alla portata di tutte le imprese, i sistemi di riduzione in lastre e moduli erano affini e



L'esterno dello stabilimento. In basso e accanto al titolo, due immagini di Pietro Andreola

Profilo d'impresa

I numeri del successo di un'azienda che cresce

Costituita nel 1989, la Cà D'Oro esercita l'attività industriale di lavorazione marmi e graniti. Lo stabilimento è situato in una favorevole area geografica, fra Trieste e Venezia, a pochi chilometri

dal casello autostradale di San Giorgio di Nogaro, in via Enrico Fermi. A Caivon Veronese (Vr) si trova una filiale della stessa azienda. Con un capitale sociale di 2,08 milioni di euro, la Cà d'Oro, che ha in Pietro

Andreola l'amministratore unico, ha raggiunto un fatturato di 23 milioni di euro nel 2005, con un incremento rispetto al 2004 del 18%. Il 90% della produzione è diretto all'estero, soprattutto in Europa e in Nord Ameri-

ca. Alcuni numeri: 150 mila le tonnellate di materiale lavorato, 50 i dipendenti, 15 i venditori, 2 i buyer, 4.500 gli automezzi movimentati. Contatti. Sito: www.cadorospa.it; Tel: 0431.624511; Fax: 0431.621332.

mutuabili, i prezzi di vendita pressoché allineati, il range dei materiali esistenti vastissimo e i concorrenti più dimensionati disponevano di imponenti scorte molto assortite".

Rimaneva dunque solo una leva di marketing operativo per conquistare i clienti, attuando una politica di negoziazione particolarmente accattivante con servizi di pre e post vendita improntati alla massima trasparenza, nella ricerca della vincente "customer satisfaction". "Per scalare il gradino della fidelizzazione del cliente - osserva il titolare della Cà D'Oro -, la filiera della transazione si doveva av-

valere di uomini in grado di gestire in toto il delicato processo di vendita, estremitando l'intervento fino all'oculato controllo dei carichi in partenza. Forza vendita di qualità, in maggioranza appartenente al nucleo storico autore dei primi passi pionieristici verso i mercati d'Europa. Venditori non solamente in grado di dare spessore all'archivio clienti e di assumere ordini consistenti all'interno del proprio vastissimo territorio di vendita, spesso corrispondente a una nazione intera, ma di integrare il cliente con l'azienda grazie a un processo di speciale trattamento e di globale ras-

sicurazione". Poco a poco si costruisce un stile. È oggi non sorprende che, durante l'imponente conviuto annuale nella sede di San Giorgio di Nogaro, i vari linguaggi dei marmisti europei finiscono per convergere nel definire la conduzione commerciale dell'Azienda come inimitabile "stile Cà D'Oro": stile relazionale particolare che finisce per permeare ogni dipendente e ogni settore dell'impresa e dove l'area produttiva, tra moderni impianti e macchinari è alla continua ricerca dell'eccellenza qualitativa per soddisfare anche le più esigenti aspettative dei clienti.

Pietro Andreola parla di "clima aziendale motivante, valorizzazione delle risorse umane, rapporto di partnership con gli acquirenti e processi produttivi all'avanguardia tecnologica" per riassumere la "catena del valore" della Cà D'Oro, "il cui vantaggio competitivo è stato confermato da una domanda in continua crescita negli anni, risposta confortante a un'immagine di azienda orientata alla qualità dei prodotti e all'efficienza dei servizi".

L'incremento del fatturato ha consentito investimenti significativi. A partire da quello richiesto per l'apertura strategica

di una filiale nel veronese, nel cuore del distretto lapideo della massima importanza, seguito dal potenziamento della funzione acquisti con il compito specifico di collaudare e commercializzare il materiale visionato nelle migliori cave del mondo. "Il triangolo commerciale costituito da funzione acquisti-venditore-cliente si è perfettamente consolidato - osserva Andreola -, ma il processo di miglioramento delle prestazioni e la ricerca dei vantaggi di differenziazione sono in costante evoluzione: valori indicati dal management e condivisi da tutti i collaboratori".

LA SCELTA DELL'AUSSA CORNO

La strategia della location

Fondata da Bruno Andreola, l'impresa di Costruzioni Andreola spa, una delle più importanti ditte venete con sede centrale in Loria (Treviso), al fine di diversificare gli investimenti, ha scelto di costituire la Cà D'Oro e gli ha affidato la missione di operare nel settore della lavorazione del marmo e del granito.

Dal 1989, con sede a San Giorgio di Nogaro nell'area industriale dell'Aussa Corno, la nuova realtà si è mossa sfruttando il vantaggio geografico, rispetto alla concorrenza dei distretti di Verona e Carrara,

di poter viaggiare su agevoli direttrici marittime e terrestri. Con a capo Pietro Andreola nel ruolo di amministratore unico, in una quindicina d'anni, si è conquistata prestigio e fiducia dei clienti ed è oggi considerata tra le medie-grandi imprese del settore e una delle più dinamiche realtà del comparto lapideo, ampiamente confortata dall'ottimo trend di fatturato che, ormai da anni, fa registrare incrementi a due cifre.

Gli acquisti di materia prima, sottoforma di enormi blocchi grezzi, sono effettuati da dipendenti spe-

cializzati nel ruolo di buyer collaudatori, con una presenza costante nelle più rilevanti cave del mondo. I blocchi nella sede sangiorgina sono tagliati in lastre di vari spessori e subiscono un attento processo di lavatura, levigatura, fiammatura e lucidatura, secondo le richieste degli artigiani marmisti e degli utilizzatori settoriali dei vari paesi d'Europa. Da tempo ormai, per le importanti dimensioni raggiunte, si fa ricorso anche a selezioni strutturali esterne per alcune lavorazioni, il cui controllo è affidato ai tecnici Cà D'Oro,

anche attraverso la filiale di Verona. In merito agli acquisti, va citato lo stretto rapporto con il mercato cinese, che offre in taluni casi interessanti opportunità sia per tipologia di prodotti che per prezzi. Ma l'azienda si apre in realtà a ben quattro continenti. I principali semilavorati provengono infatti da Italia, Sud Africa, Brasile, India, Paesi Scandinavi, Spagna, Cina.

La partnership con i clienti trova la sua massima espressione all'inizio dell'autunno, in corrispondenza della Fiera internazionale Marmomacc, quan-



do circa 400 clienti stranieri sono ospitati dalla Cà D'Oro in un riuscito weekend dal taglio economico-conviviale, sentito appuntamento che di anno in anno ha assunto maggior rilevanza. Presente fin dal-

la sua fondazione nel campo sociale, l'impresa sponsorizza anche le leve giovanili dello sport friulano con contributi diretti alle discipline del tennistavolo, calcio e tennis.

M.B.

IMPRESE

Così tra Villa Santina e Lauzacco i rifiuti di plastica diventano arredi da ufficio

Il riciclaggio esemplare

La Marconi e il suo brevetto: Syntrewood, un materiale ad impatto ambientale zero

di Oscar Puntel

Il risultato intermedio, la massa informe che esce dall'impastatrice che agglomera polimeri diversi, non è che abbia un aspetto proprio accattivante. Odora anche un po'. Ma il prodotto finale, soprattutto pensando al percorso che l'ha generato, quello sì, è senz'altro d'effetto. Sedili, sedie, schienali: tutti ottenuti dal riciclo di materiale plastico eterogeneo destinato alla discarica, eufemismo per non dire immondizia indirizzata all'inceneritore. Sono plasmati dal "Syntrewood", un prodotto simile alla plastica, più duttile del legno. Igienico, atossico, idrorepellente, si lascia bucare, fresare e lavorare. Ed è a sua volta riciclabile al 100%. Antoine Lavoisier, padre del principio scientifico secondo cui in natura "nulla si crea, nulla si distrugge, tutto si trasforma", gongolerebbe nella tomba, se sapesse che a 300 anni dalla sua dipartita esistono aziende come la "Marconi sas". Con un ramo produttivo a Villa Santina e la sede amministrativa nonché centro per la ricerca, la rifinitura e la spedizione a Lauzacco, frazione di Pavia di Udine, l'azienda si è imposta nel panorama nazionale internazionale, grazie a una certa lungimiranza, avendo intravisto con largo anticipo le possibilità derivate dal riciclaggio di materiali provenien-



Giancarlo Garzitto davanti allo stabilimento di Villa Santina. Sopra, due interni della fabbrica. In basso, le acciaierie Bertoli Safau di Cargnacco

ti dalla raccolta differenziata. Il frutto di un lavoro di ricerca nei primi anni 80 ha dato vita proprio a quello speciale materiale che oggi esce dal mega stabilimento carnico sotto forma di componentistica per sedie e poltroncine per ufficio. Sui 5.000 metri quadrati di superficie coperta e sul grande spazio aperto di altri 11.000 metri quadrati per il movimento dei mezzi, così come sul mercato, "Marconi" è un bulldozer in grado di movimentare 450 quintali di materiale al giorno,



in arrivo anche dall'estero, una capacità operativa ad alto livello tecnologico, a ciclo continuo per tutto l'anno, e un volume d'affari il cui fatturato è di 5 milioni di euro, con 20 dipendenti effettivi e 5 interinali. Zero l'impatto am-

biennale per la tecnologia utilizzata. Inesistente anche la produzione di rifiuti: non si butta via niente, eventuali scarti vengono nuovamente rimessi in circolo.

La "Marconi" nasce ufficialmente come srl nel

Profilo d'impresa

Il legno di plastica

La "Marconi Sas" opera in Carnia dal 1994, grazie allo stabilimento di via Pineta 22, a Villa Santina. La sede amministrativa invece si trova a Lauzacco di Pavia di Udine, in via Palmanova 29. Con esperienza decennale, l'azienda, che ha un fatturato annuo di 5 milioni di euro e 20 dipendenti, lavora nel campo del riciclaggio di materiale plastico eterogeneo, da cui ottiene, grazie a un processo di lavorazione altamente tecnologico, il "Syntrewood", prodotto esclusivo simile alla plastica, ma facile alla lavorazione quanto il legno e a sua volta riciclabile al 100%. Esportando il brevetto di cui è titolare, ha dato vita a una sede gemella in Spagna, partecipandovi al capitale sociale. Contatti e informazioni: tel. 0433.747640 (sede di Villa Santina); tel. 0432.675712 fax. 0432.675951 (sede amministrativa di Lauzacco). Sito web: www.marconitalia.com

1981, ma si dedica al riciclaggio dal 1989. Il primo fondatore Giancarlo Garzitto è anche il depositario del brevetto "Syntrewood". La svolta nel 1994. «Ci serviva una produzione continua - spiega uno dei soci titolari, Fabiola Todone - e non trovavamo manodopera disposta a garantircela se rimanevamo a Lauzacco. Così abbiamo pensato di spostarci in Carnia, territorio che è riuscito a intercettare le nostre esigenze. A Villa Santina abbiamo addirittura trovato il capannone già pronto». L'azienda ha inoltre già esportato il proprio modello produttivo e la tecnica di riciclaggio anche in Spagna, installandovi una sede gemella e sedendo al tavolo di amministrazione.

Dove va a finire il passaggio per neonati, quando è gettato nell'immondizia? Dove il vecchio giocattolo o l'asciuga verdura che non funziona più? Potrebbe essere raccolto in uno degli imballi della Corepla, il consorzio che prima di mandare tutto all'inceneritore, seleziona e rifornisce lo stabilimento di Villa Santina. «Si tratta di materiale eterogeneo, oltre alla plastica c'è di mezzo un po' di tutto: carta, legno, alluminio giusto per fare qualche esempio - aggiunge Todone -. Questi vengono trattati all'esterno da un impianto macinatore e successivamente stoccati in 3 grandi silos della capacità di circa 150 metri cubi ciascuno. Si passa quindi alla densificazione, all'agglomerazione e allo stampaggio». Poi viene il mercato internazionale e la fornitura ad altre aziende. Ciò che si realizza con "Syntrewood" trova ampi spazi d'applicazione: dal settore automobilistico all'edilizia, dagli imballaggi fino alla produzione di ele-

menti d'arredamento. Non una tappa finale. Lo studio per capire come sfruttare il riciclaggio e creare nuovi materiali eco-compatibili, anche per uno sviluppo sostenibile, è un processo in fieri, che mai ha avuto battute d'arresto. Dalla fondazione ad oggi. «Per noi la ricerca è importantissima - precisa Todone -. Abbiamo tre dipendenti che vi si dedicano completamente. A breve partiremo con una nuova linea produttiva creata da noi grazie a un impianto che riesce a compattare un nuovo tipo di granulo, con cui si possono ottenere stampati simili alla plastica, come sacchetti di nylon, per uso non alimentare».

Tra polimeri usati e tornati a usare, qualcuno ha cominciato ad accorgersi dell'importante attività della "Marconi Sas" nel campo dello sfruttamento di queste risorse per la creazione di ri-prodotti. I designers tedeschi si sono avvalsi della tecnologia "Syntrewood" per dar forma alle loro idee. Tra gli awards internazionali e non, l'azienda può annoverare anche il "premio per l'innovazione 2004", conferito dalla regione Friuli-VG. «Per noi è stato un motivo di grande soddisfazione, - commenta Todone - perché riconosce, dopo anni di sforzi, il nostro impegno in campo ambientale. In più ha comportato anche un ritorno di immagine molto positivo per l'intera azienda da parte della nostra clientela». L'orgoglio aleggia sul capannone di Villa Santina come lo slogan colorito che fa molto "strategia di comunicazione". Recita: «Producendo, ricicli-Amo la vita». E adesso che l'impresa "Marconi Sas" ha anche un ramo iberico, il problema sarà solo trovare una traduzione in spagnolo altrettanto efficace.

PROBLEMI AMBIENTALI A UDINE SUD

Abs, emissioni sotto controllo

Si avvia a soluzione il problema delle emissioni in atmosfera dell'acciaieria ABS di Pavia di Udine. La Regione ha dato infatti parere favorevole agli interventi proposti dall'azienda, presentati in un incontro al quale hanno partecipato anche i rappresentanti del Comune di Pozzuolo, dell'Agenzia regionale per la protezione dell'ambiente (Arpa), dell'Azienda per i servizi sanitari e dei comitati locali.

Tre anni di lavori, con investimenti che raggiungeranno i 12 milioni di euro, sono l'impegno previsto da Walter Ballandino, amministratore delegato delle storiche Acciaierie, che aveva presentato alla Regione il piano di tutela ambientale appena approvato. I lavori in realtà sono iniziati già nel 2004, e

proseguono approfittando delle pause estive e natalizie. Nei giorni scorsi è stato fatto un intervento sui filtri: «Il prossimo agosto - spiega Ballandino - completeremo l'ampliamento del filtro del vecchio forno, quindi sarà realizzata la cosiddetta sacca polveri in corrispondenza del forno nuovo. Si tratta di un sedimentatore che sminuzza ulteriormente le particelle di scarto evitando così la sedimentazione nelle tubature, una sorta di autopolente. Entro il prossimo anno - continua - sarà montato un booster, dispositivo che aumenterà la portata dell'impianto. Riteniamo che già a settembre 2006 la ricaduta nella Zona industriale udinese sarà bassissima».

Gli interventi per il miglioramento degli impianti

di captazione e abbattimento delle emissioni in atmosfera erano stati richiesti dalla Regione dopo che alcuni sopralluoghi dell'Arpa avevano messo in luce un peggioramento della situazione ambientale con la presenza di emissioni diffuse. Ora la situazione si è già invertita: in occasione dell'incontro di Pavia di

Udine l'Arpa ha presentato una relazione sulla qualità dell'aria fino all'ottobre scorso, nella quale si rileva un miglioramento rispetto agli analoghi valori registrati alla fine del 2004 e all'inizio del 2005. L'Arpa ha comunque chiesto una riduzione dei tempi previsti per il completamento degli interventi.



DONNE IMPRENDITRICI

V. Zeta di Corno di Rosazzo: una scommessa vincente sull'innovazione avanzata

Donna Cristina e il robot

Meglio che a mano: carteggiatura e levigatura del legno in ciclo tutto automatizzato

di Raffaella Mestroni

È passata senza batter ciglio, dall'insegnamento alla guida dei camion nell'azienda di trasporti del marito, e poi al vertice della V.Zeta, l'azienda di Corno di Rosazzo specializzata in carteggiatura e levigatura. Un caratterino di ferro, una propensione al rischio non comune e una volontà granitica, sono le doti di Cristina Zanella, giovane e grintosa donna che insieme al marito Antonio Zanella non solo ha affrontato il periodo di crisi che ancora affligge il distretto della sedia, ma ha trasformato le difficoltà in un'occasione per rivoluzionare l'impresa, puntando tutto sull'autonomia di alto livello.

Una storia davvero singolare quella di Cristina Zanella che a metà degli anni '90 collaborava con il marito nella ditta di trasporti (avevano sei camion) che copriva tratte nazionali. «A quell'epoca - ricorda ridendo - era nata da poco la mia bimba, ma io non potevo permettermi di stare a casa e quindi me la portavo dietro. Partivo, armata di tutto il necessario, dal biberon ai cambi e viaggiavo con lei al fianco. Devo dire, con tutta sincerità, che lei non ci soffriva proprio. Mangiava e dormiva pacificamente, era oggetto di coccole e di complimenti da parte di tutti quelli che incontravamo e man mano che



creseva apprezzava anche il fatto di spostarsi e vedere posti nuovi. Alcuni clienti erano diventati i suoi punti di riferimento preferiti, sapeva dove andavamo e da chi. Alternando periodi in cui mi seguiva, ad altri nei quali restava con la nonna, ha trascorso un'infanzia migrante che l'ha resa curiosa e abituata al confronto con le persone».

Chi era meno soddisfatto era Antonio che, nonostante l'impresa di trasporti andasse bene, aveva sempre in mente il progetto di avviare un'attività che gli consentisse di essere più stanziale. Nel 2000, insieme al fratello, si decide e, mettendo a frutto l'esperienza maturata da giovanissimo nel campo del legno, apre uno stabilimento specializzato nella carteggiatura e nella levigatura. «Io, in compen-

so, per un certo periodo ho proseguito l'attività di trasporto - afferma Cristina - perché prima di chiudere con un'impresa per dedicarmi a un'altra ho preferito essere sicura delle opportunità della nuova azienda».

Fino al 2003, il lavoro non è mancato, ma i primi segnali di crisi, per il distretto, si erano già fatti sentire. «Noi, in realtà - spiega - lavoravamo per aziende che "tiravano" e quindi non ne abbiamo risentito concretamente. Non abbiamo messo la testa sotto la sabbia però e, visto che le difficoltà per molte delle imprese operative nella zona si facevano sempre più pesanti, abbiamo deciso di non aspettare e di prevenire l'eventuale calo di lavoro».

Individuare una strada da seguire non è stato facile, ma nel caso di Cristina

Zanella bisogna proprio dire che la fortuna aiuta gli audaci. Consapevole che il futuro delle imprese passa attraverso l'innovazione, ha sostenuto fin dall'inizio il progetto del marito: riorganizzare il lavoro investendo in macchinari di alta tecnologia che consentissero di abbattere i costi e contemporaneamente incrementare la produzione. Detto e fatto, alla V.Zeta è arrivato un robot. Prodotto dalla FriulRobot di Martignacco, il macchinario (100 mila euro di investimento) è stato "tarato su misura" da Antonio che, in collaborazione con i tecnici dell'azienda produttrice, lo ha adattato alle esigenze della sua produzione. Non solo. Ha anche contribuito a implementare il software che ne regola il funzionamento, si è impadronito del know how necessario a modificare i program-

mi e ha attivato un piano di formazione per i dipendenti. Il risultato della sua inventiva è una vera e propria isola robotizzata, in grado di seguire tutte le fasi della lavorazione, segnalando tempestivamente i pezzi difettosi.

Nel frattempo, Cristina si è dedicata alla promozione della nuova attività, "perché - afferma convinta - oltre a saper fare, oggi bisogna anche saper vendere". Valigia e prototipi in mano, ha visitato tutti i clienti illustrando loro le caratteristiche e le potenzialità del nuovo modello produttivo ma soprattutto si è spinta al di fuori dei confini regionali per cercare nuovi sbocchi. «È triste dirlo - ammette - ma in Veneto sono molto più disponibili a recepire le novità. In Friuli Venezia Giulia molte delle aziende che ho contat-

tato non si fidavano della qualità del lavoro eseguito dalla macchina. Lo ritenevano e lo ritengono tuttora meno preciso e accurato di quello fatto a mano, nonostante i fatti dimostrino il contrario».

Attualmente, oltre ad avere acquisito un buon numero di clienti in Veneto, Cristina Zanella ha anche avviato una serie di collaborazioni con alcune realtà slovene, produttrici di scocche multistrato che mandano alla V.Zeta per la levigatura e il controllo, per poi reimporli e passare all'assemblaggio. Qualche contatto è stato avviato anche con la Croazia "ma la situazione del Paese, dal punto di vista produttivo, non è ancora pronta - precisa - e quindi è prematuro pensare a instaurare rapporti di collaborazione. Magari fra qualche anno".



L'ANNO SCORSO ERA SETTIMA

Calligaris terza in Italia

Lo studio della Pambianco Strategie di Milano premia la Calligaris di Manzano attestandola al terzo posto della classifica su 64 aziende italiane del settore arredo-casa analizzate per fatturato, profitti e dati di crescita. Calligaris, secondo la classifica Pambianco, è terza dietro a colossi come Natuzzi e Chateaux d'Ax (entrambi specializzate per la realizzazione di salotti) per volume di fatturato con 137,5 milioni di euro che per il 2004 ha rappresentato un più 12,6 per cento di incremento, e quarta per redditività complessiva grazie all'utile netto pari al 10,6 per cento raggiunto sempre nell'esercizio 2004. Per il 2005 il fatturato previsto dalla Calligaris sfiora i 150 milioni di euro che rappre-

sentano un ulteriore valore di crescita per l'azienda di Manzano nonostante un momento non certo positivo per l'intero settore dell'arredo-casa.

«La classifica Pambianco - sottolinea Alessandro Calligaris, presidente della Calligaris spa - descrive un panorama credibile e veritiero del comparto economico in cui operiamo e i nostri risultati, ottenuti grazie ad una attenta strategia di presenza sul mercato e di azioni conseguenti, ci rendono particolarmente felici. Certo, il settore è ancora in sofferenza ma ci sono timidi segnali di ripresa. I numeri della Calligaris arrivano da una ripartizione equa fra vendite in Italia e estero e proprio verso l'estero sono appuntate le nostre maggiori attenzioni». Di recente la

Calligaris ha aperto la sua seconda filiale dopo quella negli Stati Uniti, a Kobe, in Giappone e nel 2006 è in progetto una presenza ancora maggiore verso i mercati dell'estremo Oriente, non ultima la Cina, nazione nella quale potrebbe essere avviata la realizzazione di una filiale e una propria rete di vendita.

Secondo lo studio Pambianco, il 2005 dovrebbe far registrare un fatturato complessivo del settore arredo-casa in leggera crescita, stessa cosa dovrebbe registrarsi per gli utili netti che potrebbe attestarsi su un più 1 per cento di punto d'aumento percentuale e passare al 2-2,5 per cento. Sempre secondo lo studio milanese, il 2006 vedrà l'incremento di fatturato dell'intero settore ed un ulteriore miglio-



Design Calligaris. Sopra, da sinistra, Cristina Zanella con la figlia e il robot della V.Zeta. Accanto al titolo, l'esterno dell'azienda

mento degli utili netti.

La classifica delle prime dieci top ten della Pambianco sullo studio di analisi dei bilanci 2004 su 64 aziende nazionali vede al primo posto la Natuzzi con 612 milioni di euro; seguono Chateaux d'Ax con 221;

Calligaris 134; Soft Line 130; B&B Italia 125; Cassina 119; Poltrona Frau 81; Poliform 79; Molteni Mobili 67 e Alf Uno 65. Per crescita in percentuale la prima classificata è Arketipo con un più 27,4 per cento. La classifica sugli

utili netti registrati vede in testa Cattelan con più 23 per cento; Flexform 12,4%; Mintoti 10,7%; Calligaris 10,6% con a seguire Arketipo (8,2%), Rimadesio (8,1%), Moroso (7%), Azzurra (4,8%), Kartell (3,2%) e Poltronese (2,9%). Le top dieci per patrimonio netto/capitale investito vedono al Calligaris al terzo posto con 79,5 per cento, dietro a Gurian (90,5%) e Mintoti (84,7%) e davanti a Porada, Natuzzi, Flexform, Moroso, Olivero & Godessi, Spegnesi e Arketipo. L'analisi Pambianco ha preso in considerazione anche altri indicatori aziendali quali l'efficienza, la redditività e la struttura finanziaria.

ATTUALITÀ

Il Friuli Venezia Giulia, da terra di emigrazione a destinazione per gli immigrati

60 mila valigie di spago

Previsione di raddoppio entro il 2010

di Sonia Sicco

Erano meno di 20 mila nel 1996. Poi sono diventati quasi 60 mila nel 2004. Entro il 2010 raddoppieranno, raggiungendo le 120 mila unità. Sono giovani, provengono soprattutto dai Paesi balcanici e sono per lo più impiegati nei settori dell'industria e dei servizi. Sono i cittadini stranieri che scelgono il Friuli Venezia Giulia come meta per una nuova casa, lavoro e futuro. Lo rileva l'Annuario statistico dell'immigrazione 2004, realizzato dalla Regione Friuli Venezia Giulia e dall'Ires (Istituto di ricerche economiche e sociali). Alla fine dell'anno scorso il numero degli stranieri residenti era di circa 60mila unità, il 5 per cento circa della popolazione regionale. Udine si classifica come la provincia con più immigrati residenti (21.695) ma a Pordenone si rileva la crescita più consistente rispetto all'anno precedente, con un più 18,3 per cento. Un'iniezione di forze nuove necessaria, per l'economia e per l'equilibrio demografico della Regione. Destinata a crescere vertiginosamente, se le attuali condizioni dovessero rimanere immutate. Ma che, secondo l'assessore regionale all'Immigrazione, Roberto Antonaz, "non deve essere letto come un problema, ma un'occasione di sviluppo".

Incrocando numerosi indicatori (tra gli altri: residenze, permessi di soggiorno, sanità, rimesse), l'indagine disegna un quadro nitido del fenomeno migratorio nel contesto locale. "Dimostrando - afferma l'assessore - che tra gli immigrati la percentuale d'occupati è molto ele-

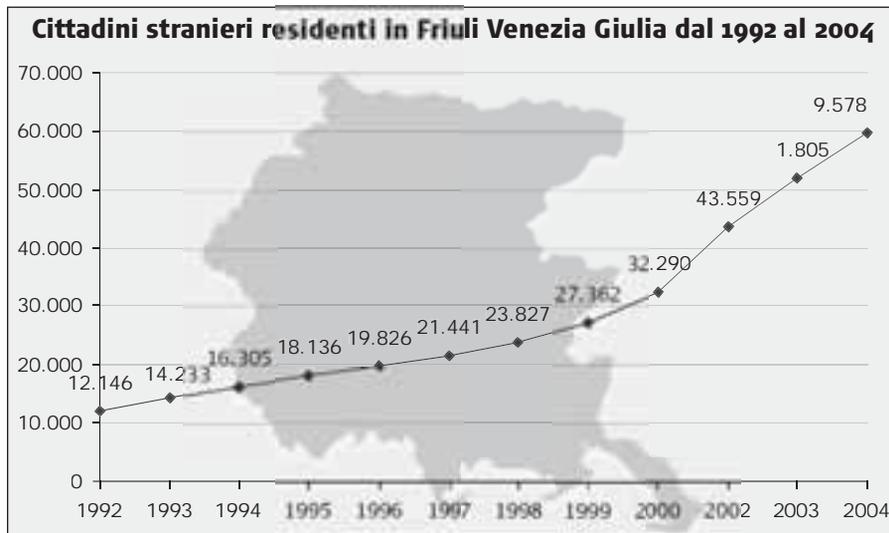


Code in questura per il permesso di soggiorno

vata. Si tratta in sostanza di persone che vivono, producono e pagano le tasse in regione". Il Friuli Venezia Giulia, ricorda l'assessore "fino a non molti anni fu terra di emigrazione: friulani, giuliani e sloveni andarono in tutto il mondo alla ricerca di lavoro, la stessa ragione che spinge oggi gli immigrati qui da noi. Le circostanze ci permettono adesso di ricambiare l'ospitalità che i nostri emigrati hanno ricevuto all'estero".

Il primo dato che emerge è la sua forte espansione, che vede in prima fila cittadini dell'Est europeo provenienti dall'area balcanica (oltre il 60%), e un relativamente bassa incidenza del continente africano (circa il 18%). La comunità più numerosa è quella alba-

nese, con 9.488 residenti (il 16% del totale), concentrata in larga parte nelle province di Udine e Pordenone. Seguono i cittadini provenienti da Serbia-Montenegro, con 7.406 (12,5%), dalla Romania con 5.704 (9,6%) e dalla Croazia con 4.456 (7,5%). Il primo gruppo africano, quello del Ghana (5,6%), spunta appena al quinto posto. L'indagine rileva anche l'aumento delle comunità degli ucraini (circa duemila presenze tra Udine e Pordenone, l'86,2% femmine), dei polacchi e dei moldavi (circa 600 residenti in tutto), strettamente collegata all'emersione del fenomeno delle cosiddette "badanti". Buono l'equilibrio tra maschi e femmine. Queste ultime sono pari al 47,4% dei residenti totali,



con una punta del 49,4% nella provincia udinese.

Potente indice di stabilità sul territorio, l'iscrizione al Sistema Sanitario: gli immigrati iscritti al SSN sono oltre 62mila, con una quota significativa di minori (il 21,9%), a conferma della stabilità della loro presenza in regione. Questo dato è confermato da quello sugli studenti stranieri iscritti nelle scuole, che sono ormai 8.848 (il 6% del totale), con una concentrazione particolare nella fascia della scuola primaria (38,1%).

Sul fronte del mercato del lavoro, il tasso d'occupazione degli stranieri è molto più alto rispetto a quello degli italiani (61,3 contro 47,5%). Complessivamente, nel corso del 2004, le assunzioni di lavoratori extracomunitari sono state 25.965. Per quanto riguarda le cessazioni il saldo derivante dalla differenza tra assunzioni e cessazioni è positivo su tutto il territorio regionale, il che significa una progressiva stabilizzazione degli immigrati sul mercato del lavoro. Va

registrato inoltre come il Friuli-Venezia Giulia risulti essere la regione italiana in cui nel 2005 si è registrata la più alta previsione d'assunzione di personale extra Ue sul totale delle assunzioni previste dalle imprese, pari al 40,7%. In buona sostanza, su cinque nuovi potenziali assunti, due sono stranieri.

Il confronto fra i generi, in tutte le tipologie contrattuali considerate, mostra come anche tra i lavoratori immigrati, analogamente a quanto avviene per i lavoratori maschi di nazionalità italiana, la quota di manodopera assunta con contratti a tempo parziale è molto ridotta, il 5,9% del totale con una punta dell'8,9% tra i lavoratori a tempo indeterminato. Tra le donne il totale generale è pari al 28,6% delle assunte. Il maggior numero di assunzioni si realizza negli ambiti "alberghi e ristoranti", "costruzioni" e "agricoltura", mentre nelle attività industriali si segnalano la "produzione di

metallo", "l'industria del legno", "la fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici". Di sicuro significato le assunzioni nell'ambito dei servizi pubblici, sociali e personali e dei servizi domestici presso le famiglie, dove netta è la prevalenza femminile.

Significativo il dato delle rimesse degli immigrati verso i Paesi d'origine. Lo studio rivela che quelle regionali sono le più basse del Nordest: nel 2004 sono state a livello pro capite pari a 67 euro e in totale pari a 5.103.000 euro, con una diminuzione del 21,8% rispetto l'anno precedente: "Quando il progetto migratorio diventa stabile e definitivo, grazie anche al ricongiungimento dei familiari - spiegano i ricercatori Ires - le rimesse tendono a diminuire, poiché i legami con i paesi d'origine inevitabilmente cominciano ad allentarsi. Inoltre, le aree di confine verso cui sono diretti i flussi di denaro spesso sono raggiunte con canali diversi da quelli bancari".

LE LOCALI SECONDE SOLO ALLE UCRAINE

La badante made in Friuli

La badante che non ti aspetti. Nell'era in cui è difficile arrivare a fine mese, vuoi perché la pensione non basta più o lo stipendio del marito non soddisfa tutte le esigenze, o perché semplicemente mancano vere e proprie alternative di lavoro, le donne friulane si sono rimboccate ancora una volta le maniche e per racimolare qualche spicciolo in più hanno deciso di mettersi in concorrenza con le badanti ucraine, rumene e moldave. A conferma di questo nuovo fenomeno sono i dati degli "sportelli-badanti" presso i quali si rivolgono fami-

glie che cercano una persona per assistere un proprio anziano, così come si presentano signore che si candidano a svolgere il servizio di assistenza. Il servizio conta, tra Friuli e Veneto, su 16 sportelli, che hanno già raccolto le schede di 4554 aspiranti badanti e di 1781 famiglie disponibili per l'assunzione. In tutto, in questi mesi sono stati effettuati ben 13.837 colloqui, mentre sono stati stipulati 469 contratti regolari. In Friuli Venezia Giulia se al primo posto si trovano le ucraine che contano ben 484 badanti, al secondo con 274

curricula c'è proprio l'Italia. Seguono le romene (254), mentre sono molto poco rappresentate le moldave (appena 56), superate di gran lunga dalle albanesi (108). Così, nel giro di pochi mesi le italiane che si sono rivolte agli sportelli sono passate dall'8% del totale al 13,5%. Distinguendo per provincia tenendo conto anche della presenza veneta, le badanti italiane si trovano soprattutto a Pordenone (88), Treviso (69) e al terzo posto Udine (57). Proprio nel capoluogo friulano, viste le numerose richieste giunte in questi ultimi mesi, è stato deciso

di continuare l'attività dello sportello che sarà a sua volta affiancato da altri due uffici, a Latisana e Tolmezzo. A differenza delle straniere, quasi sempre le italiane prediligono un contratto a ore, che le lasci rientrare a casa loro la notte. Non è comunque che le famiglie che cercano una badante esprimano una particolare preferenza per le italiane come sottolineano gli addetti ai lavori. La diffidenza è invece soprattutto nei confronti delle assistenti di colore. In quel caso si fa più fatica a trovare loro una collocazione.



ATTUALITÀ

Ritardi cronici nelle liquidazioni: amministrazioni nel mirino della Corte dei Conti

L'ente pubblico non paga

Al danno dei privati si somma quello per l'erario: circolo vizioso che nasce a Roma

di Sonia Sicco

Aspetta e spera. Per le imprese private, i tempi di pagamento per le prestazioni fornite alle pubbliche amministrazioni spesso si allungano come un elastico: da 30 l'attesa della liquidazione passa a 60 giorni, che diventano 90 quando non ci si spinge ancora più in là. Con ricadute dannose per le piccole e medie imprese coinvolte, sul fronte della competitività e della solvibilità. Ma anche per la stessa pubblica amministrazione, chiamata a pagare gli interessi in mora.

E in Friuli Venezia Giulia? Le abitudini 'rilassate' di 32 amministrazioni pubbliche del territorio sono finite sotto la lente d'ingrandimento della Corte dei Conti regionale. Che attraverso un'indagine certosina sui tempi di pagamento delle prestazioni fornite da privati ad enti locali e istituzioni ministeriali ha rilevato una situazione che in più casi costringe all'attesa indeterminata per la liquidazione delle fatture.

"Se sotto il profilo strettamente economico - è il giudizio finale della Corte dei Conti - si deve registrare l'irrilevanza dei pagamenti a titolo di ritardo da parte di amministrazioni periferiche, ciò non implica, di per sé, il rispetto delle disposizioni". Poiché soltanto otto delle amministrazioni indagate non hanno indicato alcun ritardo nei pagamenti, mentre ben 24 hanno evidenziato liquidazioni 'tardiva'. Nell'analisi per singolo ente, è alta anche la percentuale dei pagamenti in ritardo sul totale



Il palazzo della Corte dei Conti a Trieste

di quelli eseguiti, fino al 65% delle pratiche e con ritardi che hanno raggiunto perfino i 400 giorni.

Qualche esempio. Lo fornisce la Prefettura di Udine, che nel 2003 ha pagato in ritardo 430 fatture su 1.300 effettuate. La Ragioneria di Stato di Udine, invece, ha dichiarato cinque ritardi nelle liquidazioni, con una media di 310 giorni. Non va meglio se consideriamo l'apparato militare. La brigata "Julia", ad esempio, ha ammesso un 5% di fatture liquidate con un ritardo medio di 57 giorni. Peggio ha fatto il reggimento elicotteri "Riegl" di Casarsa, che ha dichiarato di aver pagato 290 fatture su 883 oltre i termini pattuiti, e con un ritardo medio di 40 giorni. I ritardi della base dell'aeronautica militare di Rivolto, invece, hanno pesato sul 26% delle 1.450 fatture ricevute. Primato negativo per la Soprinten-

denza regionale che, handicappata dalla carenza di personale, ha evaso nell'anno in questione un terzo delle fatture con un ritardo record di 358 giorni.

La normativa. A sanare la situazione interviene una norma nazionale del 1990, dal valore ordinario, quindi priva di sanzioni, per amministratori e funzionari che dilatavano i pagamenti. Nel 2002, attesa da tempo e oggi e a tutti gli effetti legge dello Stato, la Direttiva 2000/35/CE viene recepita anche in Italia. Obiettivo dichiarato: l'introduzione nell'Unione europea di un sistema normativo omogeneo finalizzato ad eliminare gli eccessivi ritardi nell'adempimento delle obbligazioni pecuniarie nelle transazioni commerciali. "Si è inteso evitare - spiega la Corte dei Conti - che il debitore inadempiente potesse trarre vantaggi dal ritardo nel pagamento. Ov-

vero che il creditore si venisse a trovare in difficoltà nei confronti dei propri fornitori (subcontraenti o anche semplici lavoratori), in considerazione dell'indebito differimento imputabile al debitore".

La normativa in tema di ritardi nei pagamenti ha equiparato la condizione delle pubbliche amministrazioni a quella di qualsiasi debitore. Infatti, ai sensi dell'art.2 del d.lgs. n.231 del 2002, la disposizione si applica espressamente alle "amministrazioni dello Stato" oltre che alle altre strutture pubbliche. "Si è così realizzata un'assoluta equiparazione fra il debitore pubblico e quello privato, con un sostanziale abbandono della posizione di supremazia riconosciuta all'autorità amministrativa, in favore dell'applicazione di regole paritarie".

Le ragioni dei ritardi. Chiamate dalla magistra-

tura contabile a rispondere sulle ragioni degli adempimenti tardivi, le amministrazioni periferiche hanno evidenziato che il problema nasce dal ritardo con cui le sedi ministeriali predispongono gli accreditamenti. Insomma, "un circolo vizioso" per cui, quando arrivano i fondi, si saldano i pagamenti pregressi, mentre quelli più recenti per prassi si posticipano. E' stato osservato che la politica del contenimento della spesa pubblica ha determinato una riduzione degli accreditamenti mettendo in luce l'inadeguatezza delle risorse finanziarie messe a disposizione delle amministrazioni sul territorio. "Le politiche di cassa, consistenti in una scansione nel tempo dei pagamenti, non sono pertanto più compatibili con la norma vigente, basti pensare al caso limite che se tutti i creditori insoddisfatti agis-

sero in giudizio per conseguire gli interessi, allora si avrebbe un'espansione del debito delle pubbliche amministrazioni".

La soluzione. Per la Corte dei Conti regionale una ricetta potrebbe essere la migliore programmazione e scansione nell'attribuzione delle risorse a livello ministeriale, attivando un monitoraggio delle spese delle singole strutture e sviluppando procedimenti burocratici informatizzati. "Le amministrazioni periferiche dello Stato potrebbero comunque raggiungere risultati migliori, in quanto a puntualità nei pagamenti, avvalendosi di strumenti informatici che consentono l'immediata conoscenza delle risorse disponibili e delle scadenze di pagamento concordate, sia promovendo un più efficace coordinamento degli uffici decentrati. In molte strutture si è registrato uno scollamento fra la direzione regionale, deputata a provvedere ai pagamenti relativi ad acquisti effettuati da uffici minori, in ragione dei ritardi nella trasmissione (ovvero nella regolarizzazione), della documentazione trasmessa dagli uffici decentrati ai centri di spesa regionali". La Corte conclude con la rilevazione di un aspetto "sorprendente": la scarsa informazione di molti operatori pubblici circa la nuova normativa sui ritardati pagamenti, nonostante le molte circolari emanate dai Ministeri, rilevando che in tal modo si è "svalutato il problema".

E-GOVERNMENT

Con l'Insiel la Regione risparmia

Un unico accordo quadro che coinvolge tutto il sistema informatico regionale (Regione, Enti locali e Servizio sanitario); una programmazione strategica triennale con piani operativi rivisti annualmente; un continuo confronto con il mercato per abbassare i costi dei servizi e innescare un processo di miglioramento continuo.

Sono queste alcune delle novità dell'accordo quadro per la gestione dei servizi informatici tra la Regione e la società Insiel SpA entrato in vigore a partire dal primo gennaio 2006. Grazie

al nuovo accordo con l'Insiel si prevede di risparmiare già da quest'anno 5 milioni di euro.

Il controllo dell'Insiel da parte della Regione consente infatti di affidare alla società, con modalità "in house" (secondo la terminologia dell'Unione europea), la gestione del servizio informativo regionale per la durata di 9 anni. Si supera infatti la vecchia procedura della concessione a una società esterna, in scadenza a fine anno, da cui derivavano poi singole convenzioni per ciascun ramo di attività (Regione, Sanità, Enti locali). L'Insiel

diventa così, da mera società esecutrice di un contratto, un'azienda strumentale con la quale l'Amministrazione regionale realizza la sua programmazione strategica.

Proprio per attuare la programmazione, viene istituito un Comitato per i piani, con il compito di proporre alla Giunta regionale un Piano triennale di valenza strategica che sia coerente con le politiche di e-government. Le attività

dell'Insiel saranno poi definite in modo puntuale nel Piano esecutivo annuale, predisposto congiuntamente dal servizio Si-

stema informativo regionale (Sir) e dall'Agenzia regionale della Sanità, individuati come soggetti responsabili.

È previsto anche un maggiore controllo sull'operato dell'Insiel, analogo a quello esercitato dalla Regione sulle proprie strutture. Per questo viene istituito un organismo di controllo, formato dal direttore generale della Regione e dai direttori centrali competenti, al quale la società dovrà sottoporre una relazione sulla propria attività con cadenza semestrale.

Già dal primo anno sono attestati risparmi di quasi 5

milioni di euro, essendo passato il costo complessivo da 72 a 67 milioni di euro, mantenendo non solo il livello dei servizi attuali ma dando anche spazio a ulteriori progetti.

Due sono le "leve" che hanno consentito questa riduzione: da un lato un'analisi di tipo "benchmark", vale a dire una comparazione e un allineamento dei costi dei servizi Insiel con i costi medi del mercato; dall'altro, il trasferimento patrimoniale alla società delle macchine che gestiscono i servizi, il che consentirà di ridurre le spese di manutenzione.



ATTUALITÀ

Riscoprire il Castello come condizione di un rilancio del centro storico cittadino

A Udine c'è un buco nero

Trent'anni di progetti per dare un senso al "montarozzo" così vicino e così lontano

di Camilla De Mori

Nei loro sogni migliori guardano ai fulgidi esempi di Lubiana, Graz e Salisburgo, dove i turisti fanno a gara per salire sui castelli turriti a scattare le foto dall'alto. Poi, i nostri architetti puntano gli occhi sul monumento-simbolo di Udine. E, ahinoi, vedono solo, per dirla con il tocco colorito di **Giorgio Cacciaguerra**, «un montarozzo scollegato dalla città». Ed è allora che scatta la grande domanda: che fare del castello per valorizzare tutto il centro? Sul grande "buco nero" di Udine si sono arrovelate per oltre trent'anni le migliori menti architettoniche che Udine possa vantare, da Valle a Marconi a - ultimo in ordine cronologico - Augusto Romano Burelli, e i progetti per la salita meccanica e la valorizzazione del colle si sono accumulati nei cassetti di Palazzo D'Aronco. Il problema è che da quei cassetti non sono mai usciti. Nè la sibillina promessa della giunta, che assicura che un comitato interassessorile sta lavorando a un progetto rivoluzionario, né il "succedaneo" degli ascensori inseriti nel restyling della biblioteca Joppi bastano certo a saziare la fame estetica dei nostri progettisti. Che chiedono non solo un'idea organica per dare un senso al «montarozzo», ma un piano che coinvolga l'intero centro in un unico sguardo progettuale. Per Cacciaguerra «a Udine manca una visione d'insieme. Non c'è dibattito e non c'è la volontà politica di avviarlo. Questo dipende innanzitutto da un problema di piano regolatore (lo stesso che, per in-



La solitudine del Castello. A destra, il progetto di Marconi. In basso, una lettura provocatoria dell'idea di Paravano

ciso, sta curando il fratello di Giorgio, Sebastiano ndr) e chi può dare una sterzata al piano è l'amministrazione. Inoltre, servono soldi. Il castello, se resta così isolato e non viene collegato a Mercatovecchio e piazza I maggio, non ha senso, come non ha senso Giardin grande se non diventa un Prato della Valle udinese, senza auto parcheggiate e attraversamenti di macchine». E proprio unire il castello al cuore antico della città è stato per un quarto di secolo il cruccio maggiore di **Federico Marconi**, che dall'inizio degli anni '80 ha accarezzato l'idea di una funicolare, immaginata con tre ipotesi progettuali distinte (nell'80, nel '90 e nel '97), commissionate dalle giunte in carica (da Candolini a Barazza), che prevedevano la partenza o da vicolo Sottomonte, con la demolizione delle latrine, o dall'attuale sede dell'Aiat in Giardin grande. Tanti progetti, persino una nullata osta della Soprintendenza (nell'81), ma - vuoi

per il valzer di amministratori, vuoi per la mancanza di soldi - non se ne fece nulla. «Ancora adesso - dice l'architetto - mi chiedo perché. Questo era un progetto cui tenevo molto, perché avrebbe liberato il castello dall'isolamento storico in cui si trova rispetto al resto della città: un modo per renderlo partecipe del centro udinese, accessibile a tutti, anche agli anziani e a chi ha difficoltà di deambulazione». Non sa spiegarsi la ragione per cui l'idea del collega Marconi (con cui sta progettando il nuovo look di via Mercatovecchio) non sia riuscita a tradursi in un cantiere anche **Vittorio Zanfagnini**: «La sua funicolare sarebbe salita in modo molto nascosto e discreto: mi sono sempre domandato perché una soluzione del genere non abbia trovato un seguito. Era molto semplice e pratica e non coinvolgeva nessun edificio».

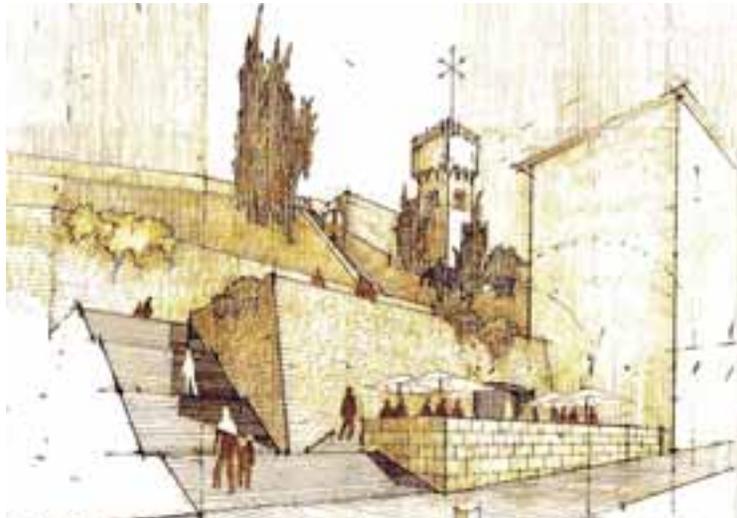
Piero Vallesa bene, invece, che l'idea di suo padre, il grande Gino, oggi sareb-

be inattuabile. «Il suo progetto, del '71-72, prevedeva di legare il castello a piazza I maggio trasformando il declivio del colle fino a farlo quasi planare sulla piazza. In uno dei suoi elaborati c'era anche una cremagliera che saliva sul castello seguendo il nuovo profilo del paesaggio. Ma adesso non sarebbe possibile realizzarla, per un problema di vincoli. Non credo che il problema si possa risolvere solo con mezzi meccanici e basta. Bisogna metterci mano con un progetto paesaggistico, come ha fatto Ple nik a Lubiana: creare delle tappe, degli episodi architettonicamente significativi, dei percorsi pedonali. Insomma, fare della salita al castello "un'esperienza", altrimenti non ci va nessuno». Quanto al cuore della città, concorda anche lui con Cacciaguerra e Marconi (secondo cui «manca una visione globale e organica del centro storico»): «Purtroppo, l'assenza di una visione generale della città fa comodo a molti: perché è più fa-

cile fare tagli ritagli e frat-taglie, piuttosto che mettere d'accordo tutti e realizzare una cosa di grande respiro. E' la classica situazione di provincia».

Su un'altra lunghezza d'onda si muove, invece, **Mario Vazzoler**, l'architetto che per 15 anni, su incarico del Comune, ha lavorato al restyling del centro e uno dei pochi che, nel cuore di Udine, sia riuscito a lasciare il "segno", ottenendo la "grazia" di tradurre i suoi progetti in realtà. «Ma volevo fare di più. Perché il lavoro, così com'è, è un non-finito», dice lui, che, dall'89 al '98, ha visto sistemate secondo il suo Piano dell'arredo urbano molte vie e piazze nodali, seguendo l'idea «di un "campo" centrale, piazza Matteotti, con tanti campielli intorno». Vista la sorte ben più infausta di tanti lavori pubblici udinesi, dirà forse un profano, Vazzoler potrebbe andar più che fiero del risultato. E invece no. Perché la sua grande idea era che tutto, dai cestini alla segnaletica alle edicole,

«fosse organizzato da un'entità unica. Un'idea che non si è verificata, perché sono subentrate altre componenti come Net o Ssm che hanno realizzato i propri interventi. Ma con teste separate». A chi guarda il centro e non lo trova poi così disordinato fa notare «i portabiciclette messi al posto sbagliato in via Savorgnana e davanti all'Upim», oppure la piazzetta della Pescheria, con quell'ottagono in centro, che «adesso ci hanno sistemato i tavolini del bar, ma doveva essere una fontana». Il motivo per cui il progetto per la salita al Castello non sia andato in porto è un mistero anche per Vazzoler, ma, conclude, «se ne parla da 30 anni: visto che non si è fatto come a Graz, forse non è una priorità. Prioritario, invece, è completare il centro. Marconi dice che così si procede sempre per lavori di piccolo cabotaggio? Ma, se ne fai mille, di piccoli progetti, metti a posto la città. Il grande intervento lo faremo. Ma, prima, finiamo quel che si è cominciato». E, soprattutto, non facciamo nuovi errori. Il monito arriva dallo stesso **Marconi**: «Un problema urgente che Udine deve risolvere - dice - è quello di una nuova biblioteca civica, perché la Joppi, per ubicazione e dimensioni, non è più in grado di assolvere alla domanda di una popolazione studentesca che cresce. L'attuale sede non ha futuro ed espanderla aggredendo il colle del castello (è questo il progetto dell'amministrazione ndr) è un errore imperdonabile. Meglio sarebbe destinare il palazzo a sede museale, aggregandolo alle gallerie del castello».



UNA VECCHIA IDEA DI PARAVANO

E dentro il colle? Lo shopping

C'era una volta nascosto nel ventre del castello di Udine... un centro commerciale. Non è una favola post-moderna ma la risposta a tutti i guai di Udine, in grado di riempire le tasche dei negozianti e di non svuotare le casse comunali per realizzare nuovi parcheggi e una salita meccanizzata al castello. Almeno così la pensava ormai quasi 20 anni fa Renzo Paravano, che, nell'86-87, elaborò l'idea, la perfezionò con un amico che lavorava come tecnico alle gallerie autostradali, e la propose, come anonimo, dalle pagine

di "Mese regione". «Non sono un architetto né un ingegnere, ma, volendo bene a questa città, ho voluto dare così il mio contributo», spiega oggi, che ha deciso di uscire allo scoperto. A differenza di molti progettisti, Paravano, il "papà" di Villa Primavera (di cui promosse la lottizzazione), oggi proprietario del campo da golf di Chiasiellis di Morzegliano, non puntava ad ottenere un incarico: «Era un esercizio didattico, quasi goliardico», dice sorridendo. Ma l'obiettivo cui puntava, prosegue serio, non era uno scherzo: «La gente oggi va nei centri commerciali non

solo per fare compere, ma anche per passeggiare al riparo, per socializzare. Una cosa difficile da fare in via Mercatovecchio, dove, d'inverno, le persone vanno di corsa tutte infreddolite. Per questo, avevo immaginato di scavare il colle per ottenere una galleria con negozi e degli spazi per nuovi parcheggi, oltre ad una piazza sotterranea, da cui partiva un ascensore per il castello. Di centri commerciali così ne esistono già in Canada e negli Usa e anche alcune gallerie del metrò a Milano propongono negozi sfavillanti, punti di ristoro e musica». E'

questa la ricetta segreta, secondo lui. «Luci, suoni e colori, perché questo sono i centri commerciali dell'hinterland. Ho pensato: perché non fare una cosa del genere in città?». Detto, fatto. «L'ipotesi di minima prevedeva un solo piano interrato, con parcheggi e negozi, un ingresso per i veicoli davanti alla Concordia e l'uscita vicino all'Aiat, e percorsi pedonali che sbucavano in piazza Libertà e a fianco della biblioteca». A voler sognare in grande, invece, aveva addirittura immaginato di «ricavare tre piani. Avremmo ottenuto una superficie commerciale



utile di 12.960 metri quadri e ben 2mila 700 parcheggi». Ma la chicca era un'altra. «Avevamo fatto i conti in modo che, vendendo le superfici commerciali a 5 milioni di lire al metro quadro, avremmo pareggiato i conti con i costi delle ope-

re, circa 60 miliardi di lire. Se sarebbe attuabile oggi? Verificando le condizioni di fattibilità, perché no? Non costerebbe niente alla collettività e si creerebbe un elemento per rivitalizzare il centro».

Camilla De Mori

ATTUALITÀ

Deregulation ma solo parziale dello shopping oltre confine: la domenica resta sacra

L'Austria Paese ordinato

Fino al sabato orari e prezzi europei per invertire i flussi frontaliere della spesa

di Marco Di Blas

Gli austriaci siamo noi: così titolavamo il mese scorso un servizio dedicato allo shopping transfrontaliero. Ma davvero "gli austriaci siamo noi", nel senso che ne siamo subentrati nella propensione al consumo oltre confine? Una volta erano gli austriaci, in primis i carinziani, a scendere in Friuli per gli acquisti. Ora pare che invece siano i friulani a prendere la strada per i centri commerciali di Villach e Klagenfurt. Non si può ancora dire che i ruoli si siano rovesciati, ma la tendenza è quella, come avevamo rilevato nel servizio del mese scorso.

Certo è che in Austria si è assistito negli ultimi dieci anni a una rivoluzione nel settore commerciale. L'ingresso nell'Unione Europea e l'apertura ai mercati vicini ha dato uno scossone a nicchie della distribuzione fino a prima iperprotette. Soprattutto nel campo alimentare l'Austria sembrava sottratta alle regole della concorrenza, con prezzi assolutamente fuori mercato. Allora la categoria si giustificava sostenendo una improbabile superiore qualità del prodotto "made in Österreich", come se le carni, le verdure, le marmellate prodotte in Italia o in Germania fossero meno genuine e commestibili.

La verità è incominciata a venire a galla nel 1994, con l'ingresso dell'Austria nello "spazio economico europeo" (anticamera dell'adesione all'Ue), con l'abolizione dei controlli doganali alle frontiere e quindi con la libera circolazione delle merci. Risale a quell'epoca l'acquisto della catena di supermercati Billa (la seconda per fatturato in Austria dopo Spar) da parte della tedesca Rewe. E' solo l'inizio di una rivoluzione, che riguarda i prezzi, ma non solo i prezzi: riguarda anche gli stessi meccanismi di vendita.

Molti probabilmente ricorderanno i tempi in cui in Austria non si poteva comprare una vite dopo le 5 del pomeriggio, perché i negozi erano già chiusi. Molti ricorderanno le città desolatamente vuote al sabato, con tutte le vetrine dei negozi spente. Era stata anche questa rigidità del sistema distributivo - e quindi non soltanto la convenienza dei prezzi - a spingere molti austriaci a partire alla scoperta dei negozi italiani. Chi aveva lavorato tutta la settimana e al sabato voleva comprarsi le scarpe o un vesti-



L'ipermercato "senza confini" di Villach

to, ma non poteva permetterselo in Austria perché i negozi erano chiusi, prendeva la macchina e oltrepassava la frontiera.

Il fenomeno era avvertito in tutte le aree di confine, non soltanto verso l'Italia, ma anche verso la Germania, la Slovenia e, in misura minore, almeno inizialmente, verso la Cechia, la Slovacchia e l'Ungheria. Memorabili nel giorno dell'Immacolata (8 dicembre) le carovane di "clienti" austriaci in movimento verso Udine, dove era stata abolita la festività religiosa.

Si può dire che la "rivoluzione" nel commercio austriaco sia incominciata proprio da quella data. L'8 dicembre di dieci anni fa per la prima volta, anche in Austria, e nonostante le proteste delle gerarchie ecclesiastiche, fu consentito ai commercianti di aprire i negozi. Una deci-

sione presa proprio per arginare la fuga della clientela verso i centri commerciali dei Paesi vicini, dove finivano per essere spesi quasi tutti gli scellini della tredicesima.

Inizialmente la facoltà di apertura era stata poco sfruttata, soprattutto nelle piccole città. L'8 dicembre scorso, invece, dieci anni dopo l'avvio dell'esperimento, secondo i dati della Wirtschaftskammer (la Camera dell'economia austriaca), oltre il 70% degli esercizi commerciali ha alzato le saracinesche. La stessa Wirtschaftskammer ha stimato che non meno del 20% dei cittadini austriaci (vale a dire uno su cinque) abbia messo piede in un negozio. Soltanto nel Land Carinzia - che è il meno ricco dell'Austria e per popolazione è paragonabile alla provincia di Udine - il volume di af-

fari in quel solo giorno è stato stimato in 7 milioni di euro, con un aumento del 3% rispetto all'anno precedente.

L'apertura dei negozi nel giorno dell'Immacolata segna soltanto la prima svolta nella disciplina del commercio, che subisce nel tempo una graduale liberalizzazione, fino alle nuove norme sull'apertura dei negozi, approvate dal governo Schüssel due anni fa. Attualmente i negozi possono restare aperti 66 ore alla settimana, dal lunedì al sabato. La chiusura serale è slittata ovunque alle 19.30, ma in alcuni Länder è consentito (ma non obbligatorio) prorollarla fino alle 21 per una o due giornate alla settimana; in Bassa Austria questa facoltà è estesa a tutti i giorni. Al sabato, invece, la chiusura è fissata ovunque alle 17, fuorché a Vienna, in Bassa

Austria e nel Burgenland, dov'è fissata alle 18.

Eccezioni a quanto detto sono ammesse soltanto nelle località turistiche (compresi i luoghi di pellegrinaggio) o in luoghi particolari (stazioni, aeroporti) o per deroga concessa dai governatori dei singoli Länder. Non è consentita l'apertura alla domenica, fuorché nelle stazioni ferroviarie e negli aeroporti, dove tuttavia è limitata ai prodotti ritenuti necessari per chi viaggia: quindi alimentari in genere, ma anche libri, lamette da barba, saponi e dentifrici, ma non invece detersivi o carta igienica.

I rappresentanti del commercio, soprattutto quelli delle grosse catene distributive, come Billa e Spar, premono per un'ulteriore liberalizzazione del settore. La principale richiesta riguarda l'estensione

degli orari di apertura alle 72 ore settimanali, per poter reagire con maggiore flessibilità alla domanda del mercato. Non interessa invece, almeno per il momento, l'apertura domenicale, nemmeno nelle domeniche che precedono il Natale. Tanto i piccoli commercianti che i grandi gruppi di distribuzione (fanno eccezione l'Ikea e pochi altri) non ritengono conveniente un simile passo: il personale che lavora in giornata festiva ha una retribuzione raddoppiata e il diritto al recupero del riposo settimanale.

Ma non è soltanto una questione di costi. Sondaggi d'opinione e alcuni test avrebbero dimostrato che neppure i consumatori sentono molto l'esigenza di rinviare alla domenica i loro acquisti. Ciò dipenderebbe in parte da come è strutturata la società austriaca. In una recente talk-show televisivo sul tema, è stato rilevato che in nessun altro Paese europeo come in Austria esiste una vita collettiva così intensa, fatta di bande musicali, gruppi vocali, squadre di vigili del fuoco volontari, per i quali la domenica è l'unica giornata in cui possono riunirsi, per esibirsi o esercitarsi, possibilità che sarebbe cancellata se anche la domenica diventasse una giornata da dedicare agli acquisti e, per gli oltre 300.000 addetti alla distribuzione, una giornata di lavoro.

Questo vale nei piccoli paesi, più che nelle grandi città. Alla stazione di Klagenfurt il supermercato Billa apre alla domenica dalle 6 alle 21, senza interruzioni. Alle 19.12, quando lo "Stradivari" lascia la stazione in direzione di Venezia, i passeggeri che ne sono scesi affollano il negozio. Ma l'affluenza è costante durante tutta la giornata, anche di chi non deve viaggiare, al punto che l'incasso della domenica in quel punto vendita è il più alto di tutta la settimana e la direzione deve schierare alle casse e nei reparti 48 inservienti, contro i dieci in media delle altre filiali.

Un fenomeno fino a qualche tempo fa impensabile e dovuto in gran parte all'adesione dell'Austria all'Unione Europea. Forse anche per questo chi rimpiange i vecchi tempi nutre un crescente scetticismo nei confronti di Bruxelles.

LA REGIONE E LO SHORT BREAK

Mordere e fuggire in Friuli

Il Friuli Venezia Giulia ha deciso di puntare sullo "short break": su proposta dell'assessore alle Attività produttive Enrico Bertossi la giunta regionale ha in questo senso approvato il testo di una convenzione da sottoscrivere con l'Enit. Il costo dell'iniziativa è di 540 mila euro, di cui la metà sarà stanziata dalla Regione.

Il progetto prevede di rafforzare la formula della vacanza breve, abbinando l'offerta del territorio al golf e all'enogastronomia. "Le vacanze mordi e fuggi

(3 o 4 notti) è ormai quella maggiormente praticata", ricorda - dati alla mano - Joseph Ejarque, l'esperto ingaggiato dalla Regione per risollevarla la promozione turistica cui è stato affidato anche il potere di commissario liquidatore delle vecchie Aiat.

Obiettivo di Ejarque, in presenza di una progressiva riduzione della durata dei soggiorni in regione nonostante le buone cifre assolute del numero dei turisti, è una crescita del 3 per cento rispetto al 2005, investendo sul target dei soggiorni brevi.



ATTUALITÀ

Partita bene la stagione delle svendite: nei primi giorni più 50% rispetto al 2005

I saldi che vanno a ruba

Tra chi cerca l'affare si infiltrano i taccheggiatori

di Irene Giurovich

Raddoppiati. Gli incassi registrati nella 'fase uno' dei saldi 2006 hanno segnato un più 50 per cento rispetto alla stagione dei ribassi dell'anno trascorso. Si è trattato di uno start che ha iniettato una buona dose di ottimismo nei commercianti del centro storico di Udine. Anche se, dopo lo sfavillante debutto, si sta incominciando ad osservare un contenimento dell'exploit inaugurale. Ma il vicepresidente della Confcommercio cerca di risollevarli gli animi: "C'è ancora tempo per riprendersi". I primi due giorni di listini tagliati hanno consentito a molti operatori di rimpinguare le casse: in una giornata di lavoro le entrate hanno segnato, nei negozi medio-piccoli di abbigliamento e calzature del centro cittadino, anche 7 mila euro, mentre nelle catene commerciali più grandi si è sfiorato addirittura quota 20 mila euro. Il refrain che si ascoltava era il solito: "Meglio della vigilia di Natale", confessavano fra di loro i negozianti. A intonare il canto della vittoria anche il presidente Confcommercio, Giovanni Da Pozzo, che, rincorato dal primo resoconto economico, ha subito gridato alla "tanto attesa ripresa". Maggiore fiducia? Mesi di risparmio per poi darsi alle spese pazze degli sconti? "I saldi in città sono tutti chiari e onesti: la merce è di qualità e non viene pescata nei magazzini". In questo senso, quindi, massima garanzia dell'autenticità dei ribassi e dei prodotti di stagione. Puntuale, con l'arrivo degli sconti, s'intensificano



le azioni di furti portati a segno soprattutto nelle catene del centro che fanno capo ai gruppi Bardelli e Arteni. E il sacrificio da destinarsi ai vari Lupin costa alle tasche dei commercianti addirittura l'1-2 per cento del fatturato. Gli assembramenti, si sa, facilitano le operazioni di ruberia, indipendentemente dalle attrezzature tecnologiche installate (videocamere, guardiani in borghese o in divisa). "Si deve mettere in conto preventivamente che quella parte di percentuale degli incassi

va in fumo", dice Ferri. Tappezzare le attività con occhi di sorveglianza elettronici non sembra sufficiente per fermare i ladri. Da b/store, tecnologicamente blindato, il responsabile Andrea Boscaro deve arrangiarsi e tentare di monitorare il più possibile le compagnie 'strane'. Idem da Web, dove il titolare Maurizio Anzil le ha inventate tutte per ostacolare le prodezze dei ladri. Allarga le braccia anche Piero Legovini, responsabile di Sportler: "Più di tanto non possiamo fare".

Furti a parte, adesso sta emergendo un altro nodo da sciogliere: con l'introduzione del Testo unico sul commercio, che dà facoltà di tenere aperti i negozi anche le domeniche, il centro storico rischia di andare incontro, come hanno paventato Da Pozzo e Ferri, a una sorta di anarchia. Dalla prima riunione dei comuni appartenenti all'Ato, cui la legge delega la facoltà di stabilire assieme un piano d'azione, è da poco emersa la volontà di arginare la deregulation, stabilendo un calen-

dario delle chiusure e delle aperture valido per il territorio dell'Ambito. Soltanto così si raggiunge l'obiettivo di uniformità auspicato dalla Confcommercio e dagli stessi negozianti. Inutile nascondere che, senza una linea comune, il centro storico finirebbe per vedere i soliti noti con le serrande alzate (dal momento che le turnazioni del personale sono fattibili), mentre chi è troppo piccolo sarà costretto a tenere le luci spente. Un'analisi che è stata sintetizzata così nelle parole del presidente

mandamentale Gianni Trevisan: "L'anarchia finisce per diventare l'anarchia dei potenti". Intanto, secondo quanto si è finora potuto apprendere dall'assessore comunale al commercio Luciano Gallerini, che ha partecipato alla riunione dell'Ato, il must risponde a un appello preciso: "Autolimitiamoci". Non soltanto per salvare i negozi che non potrebbero mai reggere la concorrenza, ma anche per offrire un servizio ai cittadini che devono conoscere quali attività troveranno funzionanti e quali no.

RICICLAGGI A SAN DANIELE

Sale antigelo? Dal prosciutto

Recuperare il sale di scarto della lavorazione del prosciutto per ridurne l'impatto ambientale e riutilizzarlo come anticongelante per le sedi stradali e in altre applicazioni industriali. Si tratta del "Progetto sale", un sistema affidabile e dai costi contenuti capace di risolvere l'annoso problema della tutela delle acque del comparto del prosciutto. Il progetto, messo a punto da un laboratorio di ricerca e finanziato dall'assessorato all'ambiente della Provincia di Udine, è stato presentato a San Da-

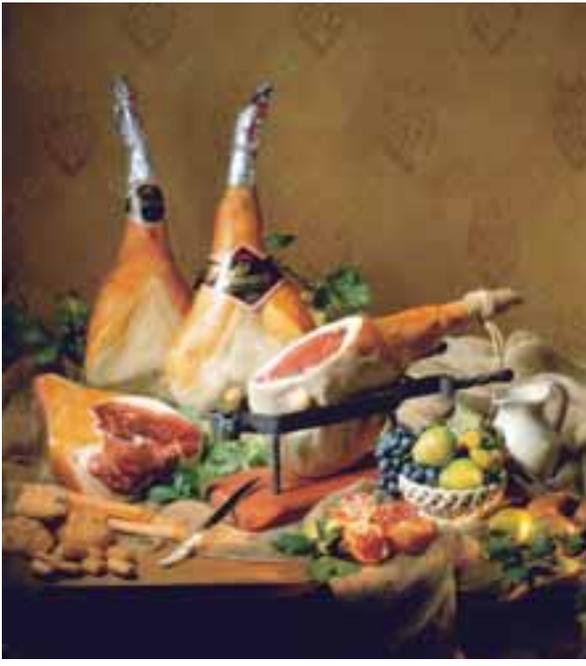
niele nel corso di un convegno dall'ideatore dell'impianto, Leandro Toboga, presenti politici e operatori di settore.

Il "Progetto sale" non è infatti solo un semplice studio, ma anche la messa a punto di un apparato idoneo per il riciclaggio del sale di scarto solido e della salamoia generata dai prosciuttifici del sandanielese. Grazie a questo impianto innovativo, già adottato da uno dei maggiori prosciuttifici della zona, è possibile ridurre il costo di gestione del sale, nel pieno rispetto delle norme igienico sani-

tarie, senza dover attuare degli interventi troppo invasivi negli stabilimenti o dover ricorrere a manodopera specializzata. «L'obiettivo iniziale - ha evidenziato l'assessore provinciale all'Ambiente Mestroni - era quello di sviluppare un qualche dispositivo per raccogliere il sale di scarto. La svolta è arrivata con questo progetto, la cui idea innovativa consiste nell'effettuare il recupero mediante l'aspirazione del sale direttamente dall'esterno dello stabilimento. La Provincia - ha spiegato ancora Mestroni -

sta sviluppando iniziative concrete per la tutela dell'ambiente in diversi settori e questo progetto dovrà essere esteso dal punto di vista metodologico ad altri comparti».

L'impianto, che presto potrebbe essere adottato da tutti gli stabilimenti del comparto, oltre a svolgere le funzioni di "aspiratore", può essere utilizzato anche per portare all'interno dello stabilimento il sale usato nel processo produttivo e per asciugare e pulire le superfici di lavoro allo scopo di contenere lo sviluppo di microbi.



ATTUALITÀ

Bilanci del 2005 e scenari per il 2006: le forze produttive friulane si confrontano

Ci vuole un pa

(segue dalla prima)

Il comparto del tessile e della moda, dopo la "mazzata" dei 250 posti persi alla Safilo, è ridotto ormai ai minimi termini, la meccanica vive una situazione con alcune zone d'ombra, il polo chimico di Torviscosa ha perso 600 posti oltre all'indotto negli ultimi dieci anni, 300 i posti "cancellati" in cinque anni nel comparto alimentare e, il dato più "tragico", 2.000 posti persi negli ultimi cinque anni nel Manzanese, nel settore del legno e della sedia.

Ma nel complesso, anche lo scorso anno l'economia friulana ha dimostrato di poter "tenere" e le previsioni per il 2006 sono positive e ciò perché - per dirla con Adalberto Valduga, presidente della Camera di commercio di Udine - "l'economia della provincia di Udine risente meno della congiuntura negativa perché operiamo in settori meno toccati dalla globalizzazione e ancora difendibili, a differenza di quanto accade in alcune aree del Veneto dove comparti come tessile, calzaturiero, industria conciaria e abbigliamento sono in forte sofferenza".

Non c'è tuttavia da stare troppo allegri. E per superare il momento difficile, il Friuli deve ritrovare quanto prima unità di intenti e tensione morale, quella stessa tensione morale che

ha consentito a questa terra - attraverso un patto tacito - di trovare nel terremoto del '76, dopo la disgrazia, anche l'occasione per un nuovo sviluppo. Nella conferenza di fine anno, Valduga ha ricordato come le imprese, nel 2005, abbia-



no di fatto sprecato il tempo ancora a disposizione e non siano riuscite ad approfittare del momento favorevole per attuare una positiva riorganizzazione aziendale: "La competitività - ha ribadito - va ricercata all'interno dell'azienda, cambiando i comportamenti, il modo di pensare a partire dagli imprenditori sino all'ultimo dei dipendenti". Un invito agli imprenditori che, nel corso dell'anno, era stato già lanciato dal presidente dell'Assindustria friulana, Giovanni Fantoni (che all'assemblea degli Industriali

aveva invitato a riprendere ad investire, a fare meno i finanziari e più gli imprenditori) e dallo stesso Valduga.

Etica, impegno, sacrificio e lavoro diventano allora - è il messaggio dello stesso Fantoni a chiusura del 2005 - gli elementi centrali per quello "scatto d'orgoglio" tanto auspicato dal presidente della Repubblica, Carlo Azeglio Ciampi e che deve impegnare tutti a tutti i livelli con - ad esempio - il ritorno della meritocrazia, anche nella scuola e un recupero di "responsabilità" da parte della classe politica, chiamata ad evitare di eleggere la contrapposizione a sistema.

Il recupero della competitività deve passare anche attraverso un nuovo rapporto tra sindacato e aziende, oggi elemento "deficitario": "Il sindacato che ci ha accompagnato nei momenti di difficoltà degli scorsi decenni - ha infatti sostenuto Valduga - oggi non sta dando una mano alle imprese. La sua funzione, negli ultimi anni, è troppo distaccata dalla realtà aziendale, troppo orientata alla politica in generale e crea disamore da parte dei suoi stessi iscritti. Gli imprenditori - ha ribadito - hanno bisogno di un interlocutore forte, ma che sia un interlocutore vero, sempre nel senso dell'azienda. Dobbiamo ritrovarci ad un tavolo



o parlare. Lo abbiamo fatto ai tempi in cui si chiudevano le fabbriche; dobbiamo rifarlo ora: il sindacato deve ritornare ad essere un partner propositivo". Tanto la presa di posizione di Valduga nei confronti del sindacato, quanto quella di Fantoni che ha evidenziato la carenza di una classe politica-dirigente locale, hanno già scatenato le reazioni delle "controparti": un bene,

tutto sommato, se permetterà di ricominciare a dialogare su nuove basi. Del resto, sosteneva Albert Einstein, "La mente che si apre ad una nuova idea non torna mai alla dimensione precedente". Non resta che sperare che questo valga anche per il Friuli, nonostante tutto.

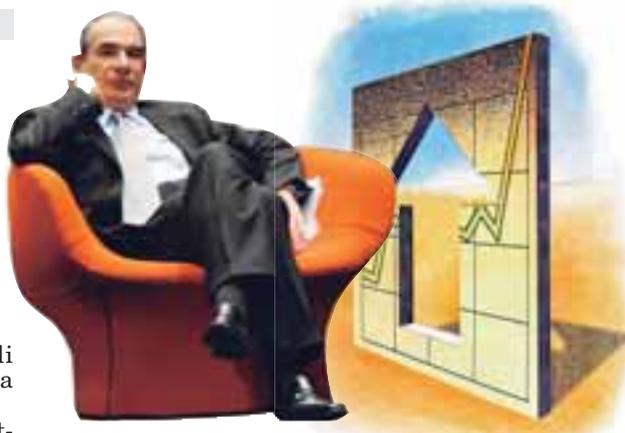
In questo contesto propositivo, va registrato anche il "rilancio" da parte

del presidente dell'Api di Udine, Massimo Paniccia, della proposta già avanzata negli anni scorsi e tesa a dare vita ad una sola rappresentanza del mondo imprenditoriale. Quest'anno, Paniccia ha allargato l'ipotesi di Federazione non solo ad Assindustria e Api, ma anche all'artigianato, insomma all'intera filiera produttiva per difenderne gli interessi e rappresen-

L'ANALISI DELLA CCIAA

È il Friuli che traina l'economia della regione. Area a maggior concentrazione industriale, con una leadership imprenditoriale consolidata e un export in forte ripresa, la provincia di Udine risulta, nel 2005, la più dinamica e vitale.

Nel periodo gennaio-settembre 2005 il valore delle esportazioni della provincia di Udine sfiora i 3 miliardi di euro (2,974 per la precisione) e ha fatto registrare un aumento del 9,7% rispetto allo stesso periodo del 2004. Si conferma quindi l'andamento positivo che si era riscontrato sia nel secondo semestre 2004 sia nel primo semestre 2005. Il risultato complessivo del Friuli Venezia Giulia è "frenato" da



Gorizia, che vede ridursi il valore del proprio export dell'11% (si tratta come noto dell'export della cantieristica) e da Pordenone che registra un "modesto" +1,6%, mentre Trieste con un +6,3% e Udine, appunto, con il +9,7% presentano le performance migliori non solo in regione ma anche nel Nord Est.

"L'economia regionale in generale, ma quella della

provincia di Udine in particolare - ha affermato il presidente della Cciao di Udine Adalberto Valduga durante la conferenza stampa di fine anno che si è svolta a Udine, nella sede dell'ente - risente meno della congiuntura negativa perché le imprese attive operano in settori meno toccati dalla globalizzazione e ancora difendibili, a differenza di quanto acca-

Il sistema produttivo

Adalberto Valduga

de nel vicino Veneto, per esempio, dove comparti come tessile, calzaturiero e abbigliamento sono in forte sofferenza".

"In Friuli - ha aggiunto Valduga - i settori di base tengono e in alcuni casi, come l'acciaio, migliorano. La siderurgia è diventata nuovamente strategica, per la crescente richiesta di acciaio, così come vanno bene la meccanica e la componentistica ad elevato contenuto tecnologico".

"Nei primi nove mesi dell'anno - ha ricordato il presidente della Cciao - l'export regionale è cresciuto del 3,3%, quello della provincia di Udine del 9%. In altre realtà, in-

fatti, è più forte la presenza di settori legati ai consumi (arredo, elettrodomestici) che hanno risentito notevolmente della negativa congiuntura economica".

Che l'economia in provincia di Udine goda, tutto sommato, di buona salute, è confermato anche dal saldo positivo (+ 253 imprese) fra cessazioni e nuove iscrizioni. Nel 2005 dunque l'economia ha tenuto, secondo Valduga, che guarda con fiducia al 2006 "purché ci impegnamo a modificare il nostro modo di operare per aumentare la competitività. Non lo stiamo facendo con sufficiente rapidità - ha detto - stiamo perdendo tempo e questo penalizza la ripresa. Anche i sindacati devo-

no mutare atteggiamento, perché oggi non sta dando una mano alle imprese. La sua funzione, negli ultimi anni è troppo distaccata dalla realtà aziendale, troppo orientata alla politica e poco all'azienda e questo sta causando disaffezione anche fra i suoi iscritti. I cambiamenti valgono per tutti, sia per gli imprenditori, sia per le organizzazioni sindacali. Basta con l'utilizzo esasperato dello sciopero, uno strumento importante che non può essere usato in modo selvaggio. Noi imprenditori abbiamo bisogno di un sindacato forte e unito, che sia un vero interlocutore, ma sempre nel senso dell'azienda. Il sindacato ridiventi protagonista, perché non può

con i compagni di strada dell'economia. I segnali non sono negativi, una svolta è ancora possibile

ttto per il rilancio



Panorama industriale friulano. A sinistra: ancora difficoltà per il settore legno. A destra, il governatore Illy. Accanto al titolo il Vecchio Venerando di Coia

rocrattizzazione, interpretazioni legislative certe (soprattutto in campo ambientale, con una larga fetta della Bassa bloccata nelle sue possibilità di sviluppo strategico), capacità di leggere i nuovi scenari ed accompagnare la crescita dimensionale dell'impresa ed il cambiamento sono gli elementi centrali delle richieste avanzate. Guardando a quanto di positivo è stato fatto finora, in particolare per quanto concerne la Regione e le misure adottate o ipotizzate riguardo a innovazione, riforma del lavoro, internazionalizzazione delle imprese, abbattimento dell'Irap.

Tutto questo con la consapevolezza che il sistema manifatturiero resta ancora centrale nella nostra economia e deve trovare adeguato sostegno. Magari riuscendo a fare le necessarie pressioni per attuare qualche improcrastinabile (come da anni si va dicendo...) riforma e "abbattendo" qualche monopolio che - come nel caso dell'energia - contribuisce ad affossare il sistema produttivo italiano e colpisce duramente quello locale costretto a fronteggiare la concorrenza di Paesi confinanti in cui l'energia ha un costo inferiore del 30%.

Mauro F. Grillone

IL BILANCIO DI ILLY

Riforme e risultati

Dopo aver posto mano alla riorganizzazione della Pubblica amministrazione, quella interna della macchina amministrativa regionale e quelle esterne delle Autonomie locali, e aver dopo rivoluzionato l'approccio al sostegno dell'economia, il Governo del Friuli Venezia Giulia si appresta a riordinare, nella seconda parte della legislatura, le materie riguardanti la salute e la protezione sociale.

Su queste linee si è sviluppato il bilancio di metà mandato, che il presidente della Regione Riccardo Illy ha proposto nella tradizionale conferenza stampa di fine anno. "Il 2005 - ha detto Illy - è stato un anno molto intenso, iniziato con l'approvazione del nuovo Statuto di autonomia e conclusosi con la legge di riforma delle Autonomie locali. Durante l'anno abbiamo definito una serie di importanti provvedimenti per il rilancio dell'economia, a partire dalla legge sulle Piccole e medie imprese, che hanno rappresentato una 'rivoluzione copernicana'".

Con la legge sulle Pmi si supera infatti la logica dei contributi "a pioggia", per concentrare le risorse su quelle aziende che di-



mostrano di essere competitive. "La solidarietà - ha detto il presidente - si applica alle persone, non alle imprese, perché solo quelle in grado di reggere la concorrenza possono

effettivamente concorrere alla crescita dell'economia della regione".

Accanto alla legge sulle Pmi, Illy ha ricordato le misure più importanti approvate: il piano delle grandi distribuzioni, il testo unico sul commercio, la riforma del turismo, il perfezionamento della legge sull'innovazione, la legge sul buon lavoro e quella sull'immigrazione, e ancora la costituzione di Friulia Holding e l'acquisizione del controllo di Insiel.

A conferma della giustezza delle misure adottate dalla Regione, l'eco-

nomia ha mostrato negli ultimi mesi segnali incoraggianti di ripresa, come dimostra - ha ricordato Illy - l'ultima indagine congiunturale della Banca d'Italia, nella quale risultano in crescita gli indicatori del Prodotto interno lordo, delle esportazioni e dell'occupazione.

"Proprio grazie allo sviluppo dell'economia - ha detto Illy - la Regione potrà ottenere, sotto forma di compartecipazione ai tributi, le entrate indispensabili per portare a compimento, nella seconda metà del mandato, le riforme nel settore della Salute e della Protezione sociale".

Sono state comunque già adottate, ha ricordato il presidente, importanti misure per razionalizzare la spesa sanitaria, come l'accorpamento tra le Aziende ospedaliere e quelle universitarie, l'istituzione del Centro servizi condivisi e i primi studi per arrivare a un'Azienda territoriale unica regionale. Inoltre, il primo importante provvedimento all'attenzione del Consiglio nel 2006 sarà proprio la legge per il riordino e il completamento dei servizi sociali, che prevede l'introduzione del reddito di cittadinanza.

tare un fronte unitario che porti avanti le istanze di un tessuto bisognoso di riforme strutturali per garantirsi un recupero di competitività: "Siamo disponibili anche a creare una Federazione di rappresentanza proporzionale, non paritetica - ha detto Paniccia - senza però prevedere una successiva tappa di fusione tra le organizzazioni". Una proposta

che, stando all'accoglienza riservata in passato, non sembra destinata a concretizzarsi. Anche per la diversità dei soggetti e degli interessi coinvolti.

Nel "patto per il rilancio" vagheggiato e tracciato dalle diverse conferenze stampa di fine anno, un impegno viene chiesto anche alle Istituzioni per rendere migliore e più proficuo il rapporto con le imprese: sbu-

ttivo friulano ha fatto la sua parte

più, dall'esterno, continuare solo a dire che tutto va male".

Condivide le opinioni del presidente Valduga sul ruolo del sindacato Adriano Luci, vice presidente vicario di Assindustria, che precisa: "la modernizzazione delle imprese deve passare obbligatoriamente attraverso la modernizzazione delle organizzazioni di rappresentanza, anche della nostra. Siamo consapevoli che il salario reale non corrisponde alle effettive esigenze dei lavoratori, ma il vero problema è il costo reale del lavoro per le imprese. E' questo il nodo che ci deve vedere tutti uniti affinché il sistema Paese eviti sprechi, diminuisca i costi e consenta una migliore armo-

nia tra salario percepito e costo reale all'impresa".

Per Claudio Ferri, vice presidente della Camera di Commercio e rappresentante di Concommercio, il comparto è ancora alle prese con le difficoltà dovute al rallentamento dei consumi e alla riorganizzazione delle reti distributive. A soffrire maggiormente, come sempre, sono i negozi di prossimità o quelli attivi nei centri storici, che devono fare i conti con un incremento degli affitti spesso insostenibile.

"Non accetto però i catastrofismi - ha affermato Ferri - e ricordo che a Udine, dove c'è un ricambio notevole delle gestioni, le aperture sono in ogni caso superiori alle chiusure".

Sull'ipotesi di collabora-

zione, fra grande e piccola distribuzione, Ferri è perplesso "perché - ricorda - i tentativi fatti fino ad ora sono stati a senso unico, cioè sempre a vantaggio della grande distribuzione". Buone le attese, invece, per quanto riguarda il turismo, un settore in espansione, "ma serve una politica di marketing urbano - ha ricordato - una programmazione attenta degli eventi per attrarre visitatori e un miglioramento dei servizi". Ancora in sofferenza l'agricoltura "che sconta gli aumenti del carburante (13%) - ha sottolineato Roberto Rigonat, presidente provinciale di Coldiretti - ed esce da anni difficili anche dal punto di vista meteorologico".

"Le aziende agricole - ha

aggiunto - confidano molto nella Camera di Commercio, perché si tratta di un ente che ha sempre fornito le risposte giuste alle esigenze delle imprese, come dimostra anche la recente costituzione delle due nuove aziende speciali: Ambiente e Promozione, strutture snelle e dotate di personale dall'elevata professionalità.

Rigonat ha infine ricordato l'importanza del marchio, "che è un fattore di pregio, così come lo sono l'indicazione di origine e l'etichettatura".

Fiducioso, sul futuro, Sergio Zanirato, di Confartigianato. "La situazione generale è ancora preoccupante - ha esordito - ma l'artigianato ha delle peculiarità preziose: la fles-

sibilità e le dimensioni, che consentono una riconversione più facile. I punti critici rimangono ancora il passaggio generazionale e una maggior fiducia nell'innovazione: due elementi sui quali, come associazione stiamo lavorando moltissimo.

Analoga la posizione di Franco Buttazzoni, presidente di Promosedia oltre che rappresentante di Confartigianato. "Il distretto della sedia non è ancora uscito dalle secche della crisi - spiega - e le circa 900 aziende attualmente attive sono impegnate in uno sforzo notevole, che va sostenuto. Promosedia deve andare proprio in questo senso, supportando non solo le imprese strutturate e mo-

derne, ma anche quelle che, pur in difficoltà, hanno i "numeri" per riuscire. Affinché le cose migliorino, dobbiamo potenziare la promozione del distretto, anche con l'appoggio degli enti locali, dobbiamo stimolare le imprese a sviluppare la loro rete commerciale e convincerle della bontà dei processi di aggregazione. Ultimamente ci hanno paragonato a realtà emergenti come la Cina; niente di più sbagliato, visto che la nostra qualità è superiore, così come è diverso il modo di porsi di fronte al lavoro. Se il Made in Italy continua ad essere un punto di riferimento per la sedia nel mondo, dobbiamo insistere su questa strada".

Raffaella Mestroni

ATTUALITÀ

Entro il 1. aprile 2007 il nome deve cambiare. Ma si continua a far finta di niente

Tocai, finale all'italiana*Si spera nella solita proroga. L'idea di ribattezzarlo "Friulano" non convince più*

di Giulio Colomba

Il prof. Bruno Tellia, in un lucidissimo articolo pubblicato sul Messaggero Veneto lo scorso 9 ottobre, ripercorreva in maniera analitica la vicenda del Tocai friulano.

Il dato di partenza per capire lo stato dei fatti non è recentissimo, ma neppure si perde nella notte dei tempi. Nel 1993 il trattato di adesione dell'Ungheria all'Unione Europea sanciva, fra le altre cose, il diritto esclusivo di quel paese ad utilizzare il nome Tokaji per il vino, indipendentemente da qualità o colore di altri vini che avessero avuto la stessa denominazione. Le aree colpite da tale accordo erano essenzialmente due: l'Alsazia francese e il Friuli Venezia Giulia. Il motivo di questa scelta? Tokaji è una regione ungherese, che dà il nome ad un vino che lì si produce con tecnica peculiare da diversi secoli. Nelle dispute commerciali si conviene a livello internazionale che il se il nome di un prodotto si riferisce in maniera esplicita ad un territorio, esso prevale rispetto a nomi con altra origine. Questo è il caso del Tokaji, ma lo è anche per il Chianti, il Parmigiano-Reggiano, lo Champagne e così via.

Il tempo lasciato a disposizione per modificare il nome dei vini e, se necessario, dei vitigni, era ampio: fino al marzo 2007. I francesi hanno incominciato ben presto ad affiancare al nome Tokai d'Alsace quello di Pinot Gris, avendo scoperto che il vitigno cui era stato dato il nome Tokai era in realtà Pinot Grigio. Per diversi anni le etichette francesi riportavano entram-



be le dizioni, ma da almeno 4-5 anni il nome di origine ungherese è scomparso dalle bottiglie francesi, sostituito ovunque dal termine Pinot Gris.

Ma noi siamo italiani e, come vado dicendo da oltre cinque anni, attendiamo di arrivare in prossimità della scadenza per poi chiedere una proroga. In questa regione ridiscutere del nome Tocai Friulano è come mettere in gioco la reputazione della gloriosa brigata alpina Julia e dunque si è preferito fingere che fosse possibile dilazionare i tempi, sperando sotto sotto che questi si sarebbero allungati all'infinito. E invece a nulla sono valsi i ricorsi alle corti di giustizia, i richiami a sentenze passate, i viaggi di politici e funzionari fino ai più alti livelli a Budapest per mo-

dificare un accordo sancito quasi tredici anni addietro: dal 1° aprile 2007 sarà vietato riportare in etichetta il termine Tocai.

Ma quale è l'origine di questo vino friulano? Cheché ne dica il massimo dirigente di un sodalizio enologico secondo il quale il Tocai friulano si produce in queste terre fin dai tempi di Roma (quando ancora non esisteva il termine Friulano, nato appunto per contrazione dall'antica denominazione di Cividale, Forum Julii), ecco cosa afferma una ricerca dei professori Calò e Costacurta, che gentilmente mi ha passato il prof. Testolin, dell'Università di Udine:

"Nella seconda metà dell'Ottocento numerose varietà di uve erano denominate Tokai in Europa per la grande fama acquisita

dai vini prodotti in Ungheria. Quindi non solo Furmint e Harslevelu, ma anche molti altri come Fendant rous, Malvasia, Aleatico, Brachetto, Moradella e soprattutto Pinot Grigio assunsero erroneamente questa denominazione di territorio. Solo la varietà coltivata nelle regioni Friuli e Veneto non poteva essere assimilata alle altre per cui tutti concordarono sulla sua originalità: negli anni '30 fu pertanto "battezzata" con il nome Tocai Friulano e registrata sotto tale nome nel Registro delle Varietà Viticole (1932 n.d.r.). ... Nel 1986 a Davis in California alcuni ricercatori notarono la somiglianza del Tocai Friulano con il Sauvignonasse, per cui al ritorno a Conegliano impostarono un piano di ricerca che, sulla base di da-

ti ampelografici, biochimici e genetici portarono alla inequivoca conclusione: le due varietà sono in realtà la stessa vite.

Sgombrato dunque il campo da storie e leggende, rimane l'urgenza della scelta di un nome, a fronte dell'impegno del ministro Alemanno, dichiarato sulla stampa, di sostenere finanziariamente la campagna per il lancio della nuova denominazione.

La grande parte dei vignaioli che hanno a che fare con il mercato internazionale sostiene la scelta del termine "Friulano" e così pare fare anche l'Assessorato Regionale all'Agricoltura. Ma cosa dicono i vertici istituzionali di Federdoc, l'organismo che raggruppa tutte le DOC regionali? Il 13 dicembre, a seguito di una riunione con esperti di settore, il presidente Gigante scrive ad Andrea Felluga: "Siamo intenzionati ad incaricare un pool di professionisti in comunicazione per avere anche un giudizio (entro febbraio al massimo) in termini della validità co-

municativa (in Italia, USA, ecc.) del nome "Friulano" e sue alternative, valutando eventualmente la possibilità di una parola che preceda "Friulano". Dunque si prevede un ulteriore slittamento, in quanto le perplessità sul semplice nome "Friulano" crescono giorno dopo giorno.

Ecco il quadro desolante del momento attuale, in cui si dimostra ancora una volta la incapacità di fare sistema tra i vignaioli friulani, di diventare protagonisti del proprio futuro. Ha ragione la prof. Cristiana Compagno a ricordare che, a fronte di un progetto di leadership mondiale nella ricerca vitivinicola, hanno dato la loro disponibilità ad intervenire finanziariamente solo Livio Felluga, Marco Felluga, Venica&Venica e le Vigne di Zamò. "Grazie a questi imprenditori "illuminati"!

Ma siete ancora troppo pochi per realizzare la partnership che vi abbiamo proposto", conclude sconsolata la professoressa. Ma questa è un'altra storia.



Tokaji, Ungheria. A sinistra, turisti sotto il monumento al vino locale. Sopra, degustazione in cantina. Accanto al titolo, ritratto di Giulio Colomba

225 AZIENDE PER 906 VINI

Il bere bene della Cciaa

Guida ai Vini del Friuli Venezia Giulia formato "super" per l'edizione 2006, con ben 225 aziende presenti (53 per Gorizia, 30 per Pordenone, 140 per Udine e 2 per Trieste), una selezione di 906 vini (erano 250 nella prima edizione), un capitolo interamente dedicato alla terra friulana e ai suoi sapori e un inserto speciale con una serie di itinerari alla scoperta del territorio.

Presentata a Udine Fiere da Maria Giovanna Elmi, la guida è realizzata dalle Camere di commercio di

Udine, Pordenone, Gorizia e Trieste e verrà distribuita, dal 14 dicembre nelle edicole, abbinata al Messaggero Veneto e al Piccolo al prezzo di 4,90 euro, mentre dopo il periodo di promozione sarà in vendita nelle librerie e nelle Camere di Commercio al prezzo di 8,50 euro.

La nuova edizione di quello che, a tutti gli effetti, si è confermato come un vero e proprio vademecum per gli appassionati del buon bere, è ancora più completa rispetto al passato e inoltre annovera gli scritti delle "firme" più

prestigiose del giornalismo di settore, da Bruno Pizzul, a Paolo Marchi e Carlo Cambi, "scritturate" per promuovere con autorevolezza il territorio regionale in tutti i suoi aspetti.

Alla "prima" ufficiale della Guida ai Vini edizione 2006 è intervenuta anche la squadra di tecnici e degustatori che ha lavorato alacremente per quasi un anno. Per "dare i voti" ai 1.150 campioni di vino consegnati agli uffici della Camera di commercio di Udine, gli esperti provenienti da tutta la Regione si sono riuniti 94 volte. A ogni se-



duta erano presenti 5 commissari, rispettivamente tecnici degustatori iscritti all'albo delle Camere di Commercio, enologi, sommelier e assaggiatori. Ottanta sono state le sedute di prima degustazione e quattordici le sedute

di secondo grado, istituite per valutare i vini "top" del 2006 che sono state inseriti nell'albo d'oro della pubblicazione nel capitolo le "Stelle della Guida". All'affollata presentazione sono intervenuti gli assessori regionali alle atti-

Curiosità per la guida dei vini della regione nel corso della presentazione alla Fiera di Udine

vità produttive Enrico Bertossi e all'agricoltura Enzo Marsilio, il Presidente della Cciaa di Udine Adalberto Valduga ed i rappresentanti delle altre Camere di Commercio della regione. Presente il presidente del Comitato che ha curato la guida Enzo Lorenzon. Venticinquemila copie la tiratura della Guida per il 2006, un'edizione che ha potuto contare sul sostegno di Friuladria, banca nelle cui 150 filiali, il volume sarà promosso e venduto.

R.M.

TURISMO

Ravascletto e Forni di Sopra, due modi non concorrenziali di far vacanza sulla neve

I due boom della Carnia

Dopo il pieno natalizio lo Zoncolan è dei pendolari, a Forni il turismo è stanziale

di Oscar Puntel

Per nulla impercettibile o nebuloso come invece si presenta la cima innevata del monte Tamai, il turista che trascorre le sue vacanze invernali in Carnia ha una precisa fisionomia, che fa la gioia di Promotur. Un po' meno delle liquidande Aiat. Di certo, potrebbe scaturire gli interessi degli analisti di marketing. L'equazione è quasi matematica. Per una giornata di sport "mordi e fuggi" ci si accalca sulle piste dello Zoncolan già di buon mattino, non appena si aprono gli impianti: frotte di famiglie o comitive di corriere, ski pass già in tasca, inforcano gli sci finché possono, fin quando i gatti della neve devono ribattere la pista al crepuscolo. Niente alberghi diffusi, hotels a tre stelle sulla strada del ritorno. Neppure i più modesti "bed and breakfast". La maggioranza se ne va a casa propria. Piuttosto si replica il giorno dopo. Sulle piste del Varmost e di Forni di Sopra, invece, la musica è tutt'altra. I turisti arrivano, sciano e pernottano. Secondo tre precise turnazioni, che gli operatori conoscono bene. Non sono piene solo le piste, ma anche le strutture recettive. Come sta andando allora il turismo invernale nei due poli turistici della Carnia? Quale previsione si può trarre dal dopo - pienone natalizio? Ecco come due località si sono spartite la torta delle vacanze e settimane bianche dei friulani. Anche questo significa differenziare l'offerta.



Ravascletto - Zoncolan

«Il dato è vertiginoso» commenta soddisfatto il presidente di Promotur, Luca Vidoni. «Ma soprattutto è globale: negli ultimi due esercizi, sotto la mia presidenza, si è registrato un incremento di quasi 100%, per ogni anno. I numeri vanno valutati a fine stagione ma credo di poter dire che saranno in crescita. Merito di una politica commerciale strategica, come i pacchetti proposti con Ryanair e i voli low cost, e degli investimenti, che ora stanno dando i loro risultati». Con quel + 50 per cento, sui dati di preventivata rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, il polo sciistico più moderno della Carnia guarda tutti dall'alto. Saranno anche aumentati, questi sciatori, resta il fatto che tendono a non fermarsi. «Lo Zoncolan è più dedicato al pendolarismo sportivo - riferisce il vicecommissario Aiat Carnia, Stefano Lucchini -. Le prenotazioni alberghiere, in riferimento a tutto il territorio di nostra competenza, mostrano comunque un leggero aumento. Le precipitazioni sotto Natale e il freddo

hanno bloccato un po' il tradizionale flusso, ma possiamo ritenerci soddisfatti, visto il contesto economico in cui ci muoviamo».

Zoncolan piace anche perché offre tutto nuovo di pacca, questa è la verità. «Complessivamente - dice Vidoni - l'impegno finanziario messo in atto da Promotur nell'estate del 2005 per il polo dello Zoncolan ammonta a 9,531 milioni di euro e ha riguardato anche alcuni lavori di sistemazione alla seggiovia Arvenis, la stazione a monte della funivia, l'area della Madessa a Ravascletto e la costruzione di un ricovero per i mezzi battipista». Fresche di inaugurazione: una seggiovia quadruposto ad aggancio automatico; l'arena "Freestyle" completa di impianto sonoro che presto sparerà note hip hop come se fosse un sobborgo del Bronx; i tracciati "Tamai 1 e 2" e la parte alta della pista "3", collaudati direttamente dal governatore Illy. Non è tutto. Sul calendario di Promotur, per la prossima stagione invernale, Vidoni ha già segnato: una seggiovia quadrupla verso la vetta del monte Tamai e una pista



Colori sulla neve carnica. Sotto, alba sul Varmost e notturno al Lussari

di rientro di quasi sei chilometri, a Ravascletto.

Varmost - Forni di Sopra

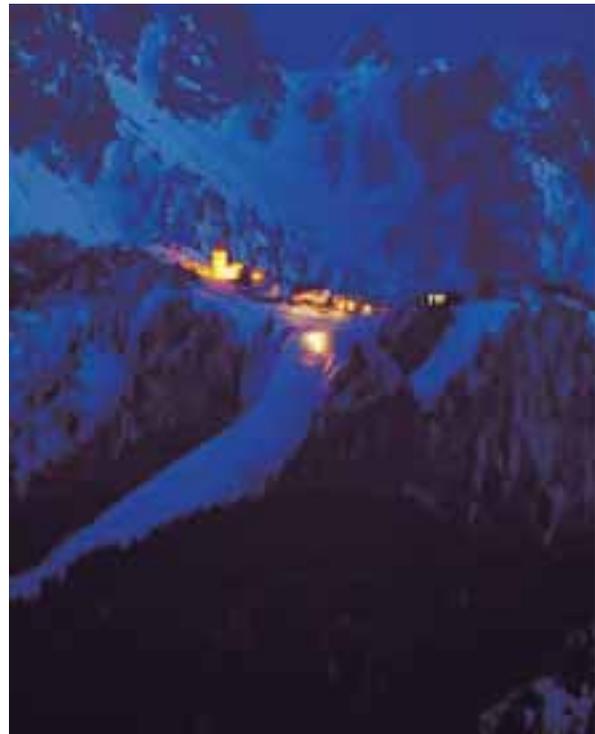
Per i più poetici pare un presepe, per quelli più viveur invece è la "Cortina d'Ampezzo" del Friuli, ancora accessibile al tacchino di una famiglia italiana media. Anch'essa invasa dalle seconde case, la dolce vita dolomitica, versione Forni di Sopra, non è rappresentata da scintillanti e costosissimi negozi, ma da un cartellone di iniziative e manifestazioni sempre in grado di acchiappare per la gola tutte le fasce d'età. Le sue strutture sportive non sono la bandiera dell'ultima diavolata giapponese, gran parte degli impianti dovrebbe essere sostituita, eppure al primo gennaio, l'affluenza sulle piste che scendono dal Varmost e dal Davost ha toccato il più 30% rispetto allo scorso anno. Al Consorzio per i servizi turistici, ci tengono a sottolinearlo: la stagione è iniziata benissimo. Booking già intasato a novembre. «Qui il turismo ha un carattere più stanziale - spiega Lucchini -. Il suc-

cesso di una località come Forni sta nell'attrazione dei pacchetti promozionali». Un effetto compensazione dell'offerta. A impianti carenti, si tampona con qualcos'altro, che vada anche oltre lo sci. Mercatini artigianali, fiaccolate, gite con le ciaspe, escursioni con gatto delle nevi, sleddog e snow park per bambini e anche "Ciccolattando". Chi più ne ha, più ne metta. Il calderone, aperto l'antivigilia di Natale e destinato a protrarsi fino a marzo, ha anche un nome, "Forni: neve, immagini e atmosfere". E sono arrivati persino da Londra, dalla Slovenia e

dalla Croazia per testarlo. «Cerchiamo di presentare diverse alternative - precisa Maurizio Ferigo, presidente del CoSeTur -. Negli anni passati, abbiamo perso il treno degli investimenti regionali, ma i nostri sforzi vengono apprezzati e questi risultati fanno ben sperare anche per il futuro».

«Daremo slancio, una nuova immagine, a Forni - promette Vidoni -. Promotur ha appena licenziato il nuovo piano industriale, inserito e approvato nella finanziaria regionale, dove abbiamo previsto, prima della prossima stagione, la sostituzione del secondo troncone della "Varmost 2"».

La situazione si è già normalizzata. Passate le feste, rimangono ancora le settimane bianche: fiumi di scolaresche e di comitive. «Grande richiesta», assicurano in paese. Non si capisce se è pubblicità o cosa. Ma un posto last minute ci scappa sempre.



RIAPERTA A TEMPO DI RECORD LA CABINOVIA DEL LUSSARI

Nove settimane e mezza

La riapertura a tempo di primato, il 19 gennaio, della cabinovia del Lussari la cui stazione a monte era stata devastata dalle fiamme l'8 novembre 2005, è davvero un piccolo prodigio del lavoro friulano, e della volontà politica che almeno in questo caso lo ha sostenuto senza se e senza ma. «Celebriamo un record - ha sottolineato in occasione del vernissage di sabato 14 il presidente di Promotur Luca Vidoni - perché solo un miracolo ci permette, dopo l'incendio dello scorso otto novembre, di riaprire la telecabina del Lussari fra cinque giorni».

Dalle lacrime di quella terribile serata di inizio novembre alla gioia della giornata che ha visto a Tarvisio il presidente della Regione Riccardo Illy e l'assessore alle Attività produttive Enrico Bertossi, assieme a Provincia di Udine, Comune e Promotur, riaprire in anteprima l'impianto che era andato distrutto, sono passati in tutto - come nel famosissimo film - nove settimane e mezza.

Per Illy la ricostruzione in poco più di due mesi dell'impianto distrutto rappresenta un "caso esemplare" dell'approccio al lavoro della gente friu-

lana, che ha saputo trasformare una tragedia in opportunità: "un'immagine di capacità e di laboriosità che ora ci porta alla certezza della Coppa del mondo di sci a Tarvisio nella stagione invernale 2006/07".

Ma il presidente della Regione ha voluto ricordare anche che la riapertura dell'impianto del Lussari testimonia la vittoria della collaborazione tra tutti gli enti ed i soggetti a vario titolo coinvolti nell'opera di recupero. "Una montagna di investimenti per la montagna", ha rilevato con un gioco di parole l'assessore Bertossi,

ricordando la sfortuna della Val Canale e Canal del Ferro negli ultimi anni (alluvione 2003, crisi industriali Weissenfels ed Ermolli, incendio della cabinovia del Lussari), alla quale la Regione ha decisamente reagito.

Nella stessa giornata del sopralluogo al Lussari nell'area tarvisiana sono state inaugurate anche due nuove seggiovie.

Si tratta della quadruposto ad aggancio fisso 'Rio Tschopfen' nei pressi dei campi scuola 'Duca d'Aosta', a Tarvisio, e della seggiovia biposto, sempre ad aggancio fisso, 'Rifugio Gilberti' a Sella Nevea.

I PIACERI



A Cercivento un singolare locale di tendenza: degustazioni di stagione fra i libri

Una libreria con cucina

Piatti fra la tradizione e l'innovazione per una clientela che non ama essere massa

di Bruno Peloi

Cenare in "biblioteca"? A Cercivento si può. In un locale piccolo, caldo e accogliente. Si chiama Libreria con cucina In Plait. Aperto da un paio d'anni, ha molti estimatori. La ragione prima del successo? Forse sta in quel nome inusuale. In Plait è antico toponimo del paese. Lì, in tempi prenapoleonici, si radunavano le persone del circondario per stabilire i canoni del vivere in serenità (una specie d'Agorà, insomma). Ed ecco immediata l'equazione: dove si vive in pace, si mangia e si beve bene, specie se i pasti si consumano in mezzo ai libri. Artefici di questo modo nuovo di fare ristorazione sono William De Stales e la consorte Stefania Roverelli. Lui, fornaio, appassionato mosaicista, ma soprattutto presidente di CjargneCulture, editrice di diversi libri di montagna (spesso tesi di laurea, data la collaborazione con l'Ateneo udinese). Lei, insegnante elementare, di origine toscana con ascendenze romagnole.

"Tutto è nato per caso", dicono Stefania e William: "Nel 2000 abbiamo restaurato la vecchia casa di famiglia mettendola a disposizione di un turismo 'curioso', non di massa, con proposte gastronomiche di



L'esterno di "In Plait" a Cercivento. Accanto al titolo, un interno del locale. A destra, William De Stales e Stefania Roverelli

tipo familiare. Un'offerta, però, differenziata rispetto alle classiche osterie e trattorie di montagna. Divergendoci, abbiamo fatto tutto da soli. Non c'è stata inaugurazione ufficiale, comunque abbiamo cominciato l'avventura nell'aprile 2003".

I libri di cui sono ricolme le scaffalature del locale sono logica conseguenza del ruolo di William De Stales in seno a CjargneCulture. Oggi, In Plait si ospitano spesso serate speciali, chiamate Parole e musica in tavola, durante le quali si mangia a ritmi slow e si presentano libri, creando ai tavoli un clima da salotto allargato.

I coperti sarebbero una trentina, ma i De Stales preferiscono curare al meglio un numero inferiore di ospiti. In Plait propone una

cucina familiare, rigorosamente stagionale (tanto per citare, d'inverno niente pomodori crudi...), con ingredienti di alta qualità, spesso forniti da piccoli produttori del posto. Le ricette si rifanno alle tradizioni carniche, romagnole e toscane; le paste fresche sono fatte in casa e tirate col mattarello.

I menù degustazione variano di continuo e sono legati a quanto di fresco propone il mercato. Attenzione particolare è riservata alla leggerezza dei cibi, grazie all'uso di pochi condimenti (privilegiato l'olio extravergine d'oliva).

Le porzioni sono mignon: "tanto per curiosare - dicono i De Stales -, perché da tavola ci si alza felici, non appesantiti". Per esempio, in questo periodo si possono trovare, fra gli antipasti:

affettati misti con radicchio di montagna; spuma di verdure (carote, finocchio, carciofi o lenticchie); tortino di zucca (o radicchio di Treviso o farinata toscana); raviolo fritto di patate. Tra i primi, ravioli ripieni di verdure o carne; tagliolini con gamberetti e carciofi; pasatelli in brodo di carne; lasagne con verdure. Tra i secondi, filettino di maiale; polpettine con carne selezionata di vitello e funghi; trippa alle verdure. I dolci sono fatti in casa: soprattutto, crema pasticcera, crostate alla frutta, torta di ricotta con pinoli, ricotta al cognac con zuppa di cioccolato, pinoli e noci, crema al caffè.

La cucina è il regno della signora Stefania, custode delle tradizioni di famiglia, ma frequentatrice di corsi d'aggiornamento. Il signor

William cura la cantina: è continua la sua ricerca delle migliori etichette regionali, con attenzione ai giovani produttori e al rapporto qualità/prezzo. Spesso i vini sono presentati nel locale in serate ad hoc.

Il target della clientela è medio-alto. I pasti sono serviti in tempi corretti (non brevi). Valore aggiunto: la gratificazione estetica dei piatti. Prezzo medio: 28 euro a persona, esclusi i vini. Non sono accettate carte di credito. La libreria con cucina In Plait si trova al numero 51 di via di Sot, a Cercivento (sulla direttrice Tolmezzo-Austria, circa un chilometro dopo passato il ponte di Sutrio). La cucina è sempre aperta, ma è indispensabile la prenotazione. Telefono e fax 0433-778412; e-mail: inplait@yahoo.it.

La marcia europea del prosciutto di Sauris



Per il prosciutto e lo speck di Sauris si avvicina sempre di più l'atteso ottenimento dell'Igp (Indicazione geografica protetta). Dopo la pubblica audizione che si è tenuta in maggio a Sauris, il disciplinare è stato inviato al Mipaf ed è diventato legge dopo essere stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale. All'inizio di dicembre la richiesta ufficiale per il conseguimento del marchio europeo per il prosciutto è partita dal ministero di Roma verso gli uffici Ue, un passaggio che interesserà a breve anche lo speck. La conferma è venuta da Claudio Pravato, responsabile dell'Associazione di imprese per l'ottenimento dell'Igp prosciutto e speck di Sauris, nella sede di rappresentanza del Friuli Venezia Giulia a Bruxelles. Ultimo passo, dopo la consegna della documentazione alle autorità della Ue, sarà l'autorizzazione definitiva europea e la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dell'Ue, in attesa della quale il prosciutto e lo speck di Sauris vengono comunque già prodotti seguendo i dettami del disciplinare Igp.

Chi crea le grappe e chi dipinge i quadri

Nello scorso numero di Udine Economia, a causa di un banale errore di trascrizione, sono stati scambiati i nomi di due persone. Nel servizio riguardante la Trattoria Al Campanile di Scodovacca è stato infatti scritto che Flavio Comar è l'autore di un quadro ritraente Antero Duca, già gestore del locale. L'opera in realtà è di Evaristo Cian, mentre Comar è il titolare della Distilleria Aquileia, citata nel medesimo articolo. Ce ne scusiamo con entrambi e con i nostri lettori.

LA STORICA TRATTORIA DI CIVIDALE

A tavola in casa di Pieri Zorutti

di Teresa Esposito

Ne ha di storia il ristorante Zorutti di Cividale. È bello ascoltarla con un buon bicchiere di vino in mano, accanto al crepitio della legna sullo spolert, dalla signora Nella, nume familiare del locale.

Il ristorante nasce come osteria verso la fine dell'Ottocento con Giovanni e Maria Tracogna al piano terra di quella che fu l'abitazione della famiglia di Pietro Zorutti, il celebre scrittore e poeta friulano. Già ai tempi del primo conflitto mondiale, quando a Cividale erano di stanza le retrovie del regio esercito, ci si poteva fermare qui e mangiare un piatto caldo della tradizione locale. La famiglia Tracogna e soprattutto Maria con il figlio Vanni sono ancora vivi nel ricordo degli anziani di Cividale come ottimi osti. Quando Vanni Tracogna rimase vittima negli anni



La casa di Pietro Zorutti in Borgo di Ponte a Cividale, con l'omonimo ristorante

'70 di un incidente la attività fu rilevata dalla signora Nella e da suo marito Claudio Boccotti che soddisfacevano così un loro antico sogno.

Nella allora come oggi sovrintendeva alla cottura della carne alla griglia mentre il marito Claudio curava gli acquisti delle materie prime dopo aver concertato con il personale di cucina, e soprattutto con la fidata cuoca Luciana, i

menù della settimana. Dal 1976, anno di inizio della gestione dei Boccotti, al 1990, il locale ha subito piccole trasformazioni; ma solo nel '90 acquista l'attuale impostazione e diventa ristorante.

Oggi al posto di Claudio, che è andato in pensione, c'è la figlia Elena che ha il suo pezzo forte in cucina nella cuoca Flavia. Una gestione quindi tutta al femminile.

Il piatto storico del locale è il "filetto alla Zorutti": Maria Tracogna avvolgeva un pezzo di carne per arrosto nel prosciutto crudo e lo coceva lentamente sulle braci dello spolert; oggi Nella lo prepara con un ottimo filetto. Possiamo deliziarci poi con l'astice alla busara, piatto unico creato con un astice di circa 500 - 600 grammi tagliato a metà e cotto con una salsa busara con von-

gole veraci e spaghetti. Famoso è lo Scigno di Venere: crespelle ripiene di tagliolini, funghi porcini e tartufo, e cotte sul fuoco che arde al centro del locale. Quando i boschi delle Valli lo permettono possiamo gustare ottimi funghi alla griglia, in autunno la selvaggina e in estate possiamo scegliere in uno svariato menù di ottimo pesce. Ma divertente può essere seguire i percorsi enogastronomici proposti in primavera e in autunno, quando Elena dà vita alle serate con menù a tema: la Bufalata, gli Ossi di Porco, A Tavola con i Porcini...

Ristorante Zorutti, Borgo di Ponte 9 Cividale del Friuli; tel.0432 731100, cell. 333 3250228. Chiuso il lunedì. Carte di credito: tutte.

CAMERA DI COMMERCIO

La collaborazione con Belgrado considerata strategica dagli enti camerale friulani

Serbia, attrazione fatale

In arrivo a Udine una delegazione di operatori nei settori arredamento e meccanica



Il Friuli strizza l'occhio alla Serbia. La missione a Belgrado di pochi mesi fa ha infatti aperto una strada in grado di fruttare numerose collaborazioni. Per questo l'azienda speciale promozione della Camera di Commercio di Udine, in collaborazione con la Camera di Commercio di Pordenone e della Serbia, realizzerà nei primi mesi di quest'anno un progetto volto allo sviluppo delle attività collaborative tra le Pmi friulane e quelle serbe. La prima azione di questo progetto prevede l'organizzazione di una giornata a Udine di incontri tecnico-conoscitivi del settore legno-arredo e meccanica.

Perché proprio la Serbia? I motivi si spingono al di là della semplice vicinanza di territorio. Nel 2004 - 2005 in questo paese si è infatti registrato il più elevato tasso di crescita negli ultimi venticinque anni, a cui hanno contribuito in maniera determinante il positivo andamento della produzione industriale e della produzione agricola. Il governo e la banca centrale hanno inoltre arginato l'inflazione ed hanno adottato una manovra fiscale correttiva. Grazie infine alle maggiori entrate dovute all'introduzione dell'Iva, il bilancio pubblico nel periodo gennaio-maggio 2005 ha registrato un saldo attivo. Alla fine del 2005, il bilancio serbo ha avuto per la prima volta un surplus stimato intorno all'1% del Pil.

Per quanto riguarda il settore del legno-arredamento, la Serbia vanta an-



Lo stile inconfondibile dell'arredamento made in Serbia

cora oggi notevoli risorse naturali, fattore, questo, che contribuisce a rendere competitiva la propria industria. Il settore comprende nel suo complesso 2.800 aziende, il 90% delle quali private. Risulta prevalente la produzione di legname segato grezzo, il 70% del quale proviene dal faggio. La Serbia produce numerose tipologie di mobili, dalle camere da letto ai salotti, dalle cucine ai mobili per ufficio. In particolare la produzione di gran lunga maggiore risulta essere quella delle camere da letto, in particolare per gli alberghi, settore in cui i fornitori serbi sono molto conosciuti anche al di fuori del paese. Nella Federazione russa i mobili serbi hanno infatti creato delle joint ventu-

res con i distributori locali per il rinnovo di alberghi, scuole, ecc... battendo la concorrenza italiana e quella greca.

Il settore della meccanica in Serbia presenta invece caratteristiche tali da renderlo tra i più interessanti, sia dal punto di vista delle opportunità di penetrazione commerciale, sia per quanto riguarda le possibilità di collaborazione industriale e di investimento. La mancanza di manutenzione e di aggiornamento tecnologico negli ultimi 10-20 anni in Serbia, pone l'industria locale nella necessità di rinnovare il parco macchine. Conseguentemente, le richieste per l'acquisto di impianti e macchinari diventano di vitale necessità per la ripresa dell'economia serba.

La delegazione serba in visita a Udine, sarà composta da circa una ventina di imprenditori operanti nella lavorazione e/o commercializzazione di semilavorati e arredo e della meccanica. In base ai profili aziendali serbi saranno quindi selezionate le imprese friulane idonee e successivamente sarà predisposto un calendario degli incontri operativi, in una data ancora da fissare, presso la Camera di Commercio di Udine.

L'adesione agli incontri è gratuita e comprende i seguenti servizi: mezza giornata di incontri bilaterali con le controparti serbe, servizi di interpretariato, documentazione informativa ed assistenza da parte del personale della Camera di Commercio di Udine.

FIERA DI PERM IN RUSSIA

Appuntamento sugli Urali

Ancora pochi giorni per poter aderire alla fiera "Stanky Pribory Instrumenty" in programma dal 4 al 7 aprile a Perm in Russia. La fiera, giunta alla sua quinta edizione, è dedicata alle macchine utensili, alla metallurgia ed alla saldatura. Più precisamente, i settori merceologici interessati sono 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.

Posizionata nella parte occidentale degli Urali, Perm è d'interesse non solo in funzione della sua collocazione geografica che favorisce diverse rotte commerciali, ma anche in riferimento alle caratteristiche della sua economia. Le risorse naturali sono idrocarburi, petrolio, gas; diamanti non mancano, come pure

le riserve boschive, che occupano i 2/3 del territorio con pregiati alberi per l'industria del legno. La produzione di energia elettrica rappresenta da sola il 19% dell'output industriale regionale, seguita dall'industria chimica (18%), degli idrocarburi (16%), dalla meccanica (14%), e dall'industria forestale (6%).

La partecipazione alla Fiera rientra nell'ambito delle attività previste dalle Cciao di Udine e di Pordenone, in collaborazione con le Cciao 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".

Le aziende interessate possono inviare via fax (0432 503919) l'apposita scheda disponibile sul sito www.ud.camcom.it entro il 31 gennaio 2006 alla Cciao di Udine, oppure segnalandosi via mail: progetti.info@ud.camcom.it. L'Azienda Speciale Promozione - Internazionalizzazione dell'ente camerale rimane a disposizione per qualsiasi ulteriore informazione (tel. 0432 273295 - 273230).

PROMOZIONI IN CANTIERE

Ai cinesi piace il vino

Ai cinesi piace il vino soprattutto quello importato. Dati alla mano le Camera di Commercio di Udine e Pordenone hanno strutturato una serie di azioni da svilupparsi su determinate aree della Cina nella primavera del 2006 con l'intento di stimolare l'interesse del consumatore cinese. L'iniziativa, che interesserà il settore agroalimentare in genere, rientra nel "Progetto di promozione e sviluppo delle relazioni economiche tra la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia e la Cina", realizzato in stretta collaborazione con gli uffici Ice e con l'assistenza delle Camere di Commercio di Gorizia e di Trieste. In particolare è prevista l'organizzazione di "wine tasting" e incontri

individuali tra operatori a Canton e Shenzhen (provincia Guangdong) e una presentazione ad hoc in occasione dell'evento "Trading Fair" di Chengdu (Provincia dello Sichuan). Queste azioni sono dirette a tutte le aziende regionali che operano nel comparto vinicolo ed alimentare interessate ad affrontare il mercato cinese. E' inoltre previsto che un ristretto gruppo di esperti metta a disposizione degli interessati l'esperienza legata alla visita di una zona di produzione vinicola cinese. Per ogni informazione si invitano le aziende interessate a contattare la Cciao di Udine, Azienda Speciale Promozione - Internazionalizzazione (tel. 0432 273295-273230; e-mail china.info@ud.camcom.it).

RUSSI E CINESI

Delegazioni in visita

Innovaction ma non solo. Russi e cinesi saranno presenti alcuni giorni nella nostra Regione per conoscere e carpire i segreti delle realtà scientifiche del territorio friulano.

Le Camere di Commercio di Udine e di Pordenone, in stretta collaborazione con gli Uffici Ice e con l'assistenza delle altre realtà camerale regionali, ospiteranno infatti due delegazioni tecniche, una cinese e l'altra russa, con l'obiettivo di far conoscere l'eccellenza scientifica e produttiva della Regione privilegiando un focus dedicato al settore ambientale, delle costruzioni eco-compatibili e del legno/arredo.

Il programma delle due delegazioni, che sarà sviluppato in coincidenza con

la Fiera "Innovaction", interesserà diversi momenti: tra queste alcune visite presso realtà scientifiche regionali e un seminario dedicato al settore ambientale, nel quale ci sarà la presenza di un esperto russo. Per ulteriori informazioni sul programma di visita dedicato alle province di Udine e Gorizia è possibile contattare la Cciao di Udine, ufficio Azienda Speciale Promozione - Internazionalizzazione (tel. 0432 273295-273230; e-mail: progetti.info@ud.camcom.it); per il programma dedicato a Pordenone e Trieste è consigliato rivolgersi all'Azienda Speciale della Cciao di Pordenone Promecon (tel. 0434-381609-14; e-mail russia@info.pn.camcom.it).

ALLA FIERA ALIMENTA

Partners di frontiera

L'azienda speciale promozione della Camera di Commercio di Udine in collaborazione con il centro estero veneto e le Camere di Commercio del Veneto organizzerà un evento di partenariato all'interno della Fiera Alimentaria di Udine nei giorni 12 e 13 marzo. L'iniziativa si inserisce nell'ambito del progetto B.o.s.s. (Business Opportunities and Services for Small and micro enterprises), co-finanziato dalla Commissione Europea. Tale evento, il cui obiettivo è il coinvolgimento di imprese provenienti sia dai Paesi Ue, sia da quelli dell'Europa centro-orientale, rappresenta una possibilità d'incontro per le aziende attive nelle regioni transfrontaliere. La manifestazione è aperta a

tutte le aziende di produzione, commercio o servizi del settore dell'agroindustria (alimenti, bevande, servizi e attrezzature) e del turismo. Paesi dell'Unione Europea partecipanti all'iniziativa saranno Italia, Grecia, Germania, Spagna, Ungheria, Polonia, Malta, Slovenia mentre i paesi dell'Est saranno Bulgaria e Romania. Alle imprese partecipanti è richiesta una quota a parziale copertura delle spese di 75 euro + iva. Eventuali segnalazioni d'interesse e/o ulteriori informazioni possono essere richiesti all'Azienda Speciale promozione ufficio per l'internazionalizzazione della Camera di Commercio di Udine (tel. 0432 273843 - 273516 fax 0432 503919, e-mail: ecit388@ud.camcom.it).

CAMERA DI COMMERCIO

Le nuove competenze che la legge Bertossi affida agli Enti camerali della regione

Innovare? Con la Cciaa

Settore per settore, tutti gli incentivi alla modernizzazione delle attività produttive



Vuoi investire sull'innovazione? Rivolgiti alla camera di commercio, ente da sempre al fianco delle imprese e dal 1 gennaio principale delegato per la concessione di incentivi a favore di vuole innovarsi.

Lo scorso marzo è entrata infatti in vigore la legge regionale n. 4/2005 che introduce rilevanti elementi di innovazione nella politica industriale e prevede una serie d'interventi per lo sviluppo delle piccole e medie imprese, dei distretti industriali e dei consorzi di sviluppo industriale.

La nuova norma, nell'ottica di attuazione del principio di sussidiarietà che si propone di avvicinare la pubblica amministrazione al privato, ha previsto una delega di funzioni da parte della Regione alle Camere di Commercio, consistenti nella concessione di incentivi a favore delle imprese operanti nei settori dell'artigianato, dell'industria e del turismo.

Per i programmi d'investimento realizzati in provincia di Udine, le domande di contributo dovranno essere presentate alla Cciaa di Udine - via Morpurgo, 4.

Artigianato

Incentivi a favore delle imprese localizzate nei centri urbani finalizzati all'ammodernamento, ampliamento e ristrutturazione dei laboratori nonché all'acquisto di beni strumentali (arredi, attrezzature, etc.), (il contributo in conto capitale è pari al 50% della spesa ammissibile); sostegni per l'adeguamento di strutture produttive, impianti e macchinari alle normative vigenti in materia di prevenzione incendi, infortuni, igiene e sicurezza sul lavoro nonché in materia di antinquinamento e tutela del territorio (contributo pari al 50%); incentivazioni per l'acquisizione di consulenze finalizzate alla realizzazione di sistemi aziendali di assicurazione e gestione della qualità, gestione della sicurezza, per la tutela e la salvaguardia ambientale, per la conformità dei prodotti a direttive comunitarie o per la messa a punto di nuovi prodotti, processi produttivi o il miglioramento degli stessi (contributo pari al 50%); contributi pari al 50% per l'acquisizione di analisi di fattibilità e consulenza economico-fi-



Il palazzo della Cciaa di Udine in piazza Venerio

nanziaria, analisi di mercato sui prodotti e servizi dell'impresa e la relativa valutazione di validità finanziaria ed economica; incentivi per la partecipazione a mostre, fiere, esposizioni commerciali nazionali, individuate nel "calendario fieristico nazionale ed internazionale", ed estere (contributo del 50%); aiuti per l'acquisizione della qualificazione per gli esecutori di lavori pubblici rilasciata da una delle società organismi di attestazione (contributo pari al 50%); incentivi per l'acquisizione di strumenti destinati alla

creazione dei siti orientati al commercio elettronico, acquisizione di consulenze, corsi di formazione e promozione del sito.

Le iniziative possono riguardare anche la ristrutturazione, il potenziamento o l'ampliamento del sito (contributo pari al 50%); sostegni per la nascita di nuove imprese artigiane relativamente alle spese per la partecipazione a corsi di formazione, acquisizione di un piano di analisi e sviluppo aziendale nonché spese per il monte salario annuo dei dipendenti (contributo pari al 50% mentre nel caso

di spese per monte salario annuo sono stabiliti importi fissi); incentivazioni per favorire la continuità dell'impresa artigiana relativamente alle spese per la stesura di un piano di analisi e di sviluppo aziendale, formazione imprenditoriale del successore, acquisto di macchinari, impianti, automezzi e attrezzature (contributo che varia in relazione alla tipologia di spese).

Industria

Incentivi per investimenti rivolti alla tutela ambientale quali eliminazione o riduzione di almeno il 50 per cento dei reflui o rifiuti, eliminazione delle emissioni in atmosfera o dell'inquinamento acustico (contributo del 30% della spesa); contributi per elevare il livello qualitativo dei prodotti, aumentare la produttività aziendale o migliorare l'organizzazione aziendale anche attraverso la realizzazione ed il potenziamento dei sistemi informativi; incentivi per programmi pluriennali di promozione all'estero, di durata non inferiore a due anni, comprendenti un complesso di iniziative dirette all'inserimento o al consolidamento della

presenza sui mercati esteri delle Pmi industriali e di servizio alla produzione (contributo fino ad un massimo del 50%); sostegni finalizzati alla promozione all'estero di specifici comparti produttivi caratterizzati da elevati livelli qualitativi, attuati attraverso la valorizzazione del prodotto. (contributo fino al 50%).

Turismo

Incentivi per la vendita di pacchetti turistici in Italia e all'estero finalizzati ad incrementare l'ingresso e la permanenza di turisti nel territorio regionale attraverso un prodotto turistico qualificato, con particolare riguardo per le località a minore vocazione turistica (contributo pari al 50%); incentivi finalizzati all'incremento delle strutture ricettive alberghiere, delle strutture ricettive all'aria aperta e delle case ed appartamenti per vacanze (contributo pari al 50%).

Per ulteriori informazioni rivolgersi a: Cciaa Udine Azienda Speciale Promozione - Sviluppo Imprese tel. 0432 273 523 - 0432 273509 - 0432 273542 fax. 0432 509469 email: sviluppoimpresa@ud.camcom.it

SUCCESSO CRESCENTE DEL SERVIZIO CONCILIAZIONE

Litigare costa. Alla Cciaa molto meno

Alla parola conciliazione si associa ormai sempre più frequentemente l'idea di una conveniente e pragmatica via d'uscita a molte situazioni di stallo in cui versano le relazioni commerciali tra imprese e tra imprese e consumatori. Da questo punto di vista il servizio di Conciliazione delle Camere di Commercio offre un'opportunità concreta ed una risposta immediata; i numeri degli ultimi anni lo dimostrano.

Se gli inizi sono stati incerti, in Friuli come in tutto il territorio nazionale (a Udine, un ufficio appositamente dedicato al servizio nasce nel 1999/2000, sulla scia di disposizioni normative che introducevano l'obbligatorietà del tentativo di conciliazione nel settore della subfornitura), l'attività ha progressivamente raggiunto risultati sempre più lusinghieri ed impegnativi al tempo stesso, fino a registrare a fine 2005 un bilancio decisamente soddisfacente: 125 le richieste (contro le



83 del 2004), di cui 35 tra imprese e 80 tra imprese e consumatori. Significativo il valore medio delle controversie che passa dai 3855 € ai 10.703 € (con punte che hanno superato i 400.000 euro) e che assegna alla conciliazione il ruolo di strumento risolutivo valido non solo per la microconflittualità ma anche in contenzioso di più alto valore.

Prevalgono ancora le vertenze in materia di mediazione immobiliare (23 le richieste) seguite da quelle relative alla telefonia fissa e mobile (18) e in materia di contratti d'opera, edilizia ed impiantistica (20). 12 in materia di beni di consumo,

10 in ambito societario, 9 per fornitura di beni e servizi tra imprese, 7 subfornitura (L.192/198), 5 turismo, 4 locazione, 4 pulitintolavanderie, 3 contratti negoziati fuori dai locali commerciali, 1 contratti bancari, 1 contratto di agenzia, 1 assicurazioni, per un valore complessivo di 1.337.908 euro.

Il 95% delle controversie ha avuto un esito positivo dopo l'incontro dei litiganti presso gli uffici camerali alla presenza di un conciliatore e del funzionario che ha seguito l'istruttoria, altre ancora hanno trovato una soluzione utile anche senza necessità dell'incontro

mediante semplici contatti informali tra le parti curati dalla Camera di Commercio.

Ma conciliare davvero conviene? Veloce (45 giorni il termine massimo dall'avvio della procedura alla seduta di conciliazione, 3 ore il tempo medio dell'incontro) e poco costosa (alcuni esempi: lite fino a € 1000 spesa per ciascuna parte € 40, lite da 5000 a 10.000 costo € 200), la conciliazione permette di giungere, con il supporto di un terzo soggetto neutrale, il conciliatore, ad un'amichevole composizione dei contrasti e soprattutto consente la riapertura del dialogo tra i litiganti, ristabilendo quella fiducia indispensabile alla continuità dei rapporti commerciali.

Semplicità, economicità, riservatezza del procedimento: conciliare è utile, soprattutto per le stesse imprese, che avvertono in maniera particolare la necessità di risolvere le controversie rapidamente senza però rinunciare a

competenza, professionalità ed imparzialità nella gestione del contenzioso.

Si pensi d'altronde a cosa può significare perdere un cliente insoddisfatto o rompere i rapporti con un fornitore o un committente su cui magari si fonda la prosperità dell'azienda. In questi casi conviene allora attivare una procedura semplificata, qual è la conciliazione, per non correre il rischio di fare una scelta inappropriata e decisamente più onerosa come il ricorso al giudice, con tempi tali da lasciare insoddisfatti non solo il "perdente" e soprattutto con una rottura definitiva che lede la continuità dei rapporti, basilare per l'attività d'impresa.

Per approfondimenti e chiarimenti si invita a visitare il sito della Camera di Commercio, www.ud.camcom.it, sezione "Regolazione del mercato" o a contattare direttamente l'ufficio telefonando ai numeri 0432 273 263/210.

Nicoletta Ribis
Ufficio Conciliazione

Prorogata la promozione della Carta dei servizi

È stata prorogata la promozione della carta nazionale dei servizi, la smart card che permette di accedere gratuitamente ai servizi telematici delle pubbliche amministrazioni, dal 31 dicembre 2005 fino al 28 febbraio 2006.

La promozione consente ad un legale rappresentante di società già in possesso della smart card, di ottenere gratuitamente la nuova Cns; agli altri soci o amministratori di acquistare la Cns al prezzo ridotto di euro 9 (invece di 25); agli imprenditori individuali di acquistare la Cns sempre al prezzo di 9 euro. Le nuove Cns potranno essere richieste allo sportello firma digitale della Cciaa. Firma digitale: tel. 0432 273212 - firmadigitale@ud.camcom.it

INDUSTRIA



Bilanci e prospettive secondo Giovanni Fantoni, presidente di Assindustria udinese

Impresa e non furbetti

“Non vogliamo l’assistenzialismo: la selezione del mercato è un fenomeno naturale”

“Impegno, sacrificio e lavoro devono tornare ad essere al centro dei valori che contano”.

È il monito lanciato dal presidente dell’associazione industriali di Udine, Giovanni Fantoni, nel corso della tradizionale conferenza stampa di fine anno tenutasi a palazzo Torriani. Fantoni si è così dichiarato perfettamente concorde con il forte richiamo ai valori etici enunciato dal Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi. “Lo scatto d’orgoglio che viene domandato – ha aggiunto Fantoni – deve impegnarci tutti e a tutti i livelli: dalla scuola che deve tornare a ragionare in termini di merito, ai mass media, tv in testa, che devono aiutare la società ad evolversi ed a crescere culturalmente, dalla classe politica, che deve evitare di eleggere la contrapposizione a sistema operativo, alla classe imprenditoriale, che deve rifuggire da facili scorciatoie non confondendo il lavoro con la speculazione. Servano da esempio negativo i tentativi di scalate bancarie avvenuti nel corso dell’estate che hanno portato discredito a tutto il nostro Paese”. In un panorama



Manzanese in difficoltà. Accanto al titolo, Giovanni Fantoni

improntato alla stazionarietà economica (“Con dati economici costantemente da ‘zero virgola’ si rischia di essere superficialmente catastrofisti od ottimisti a seconda che ci sia il segno meno o il segno più davanti allo zero”) ed allo stallo normativo (“Specialmente ora che si sta avvicinando una campagna elettorale lunga ed accesa non è pensabile poter contare su provvedimenti normativi di riforma strutturale”), Fantoni ha però individuato alcuni spiragli di speranza: “Dal governo, per la prima volta, è arrivato un segnale importante, ovvero la riduzione dell’1% del costo del lavoro. Dalla Regione sono giunti provvedimenti positivi come l’aumento dei fondi alla legge innova-

zione, la riforma del lavoro, la legge Bertossi e l’abbattimento dell’Irap”. Non solo. Anche la classe politica italiana pare in questi ultimi giorni aver trovato unità di intenti su tematiche che stanno a cuore a tutti, come la riforma della legge sul risparmio”. Unità e coerenza possono portare il nostro Paese ad agganciarsi alla locomotiva dell’economia mondiale. “Nel 2004 e nel 2005 la crescita mondiale ha avuto ritmi molto sostenuti che dovrebbe mantenere, seppur leggermente ridotti, anche nel 2006 e nel 2007. Questo ciclo positivo non è destinato a durare in eterno. L’Italia – ha detto Fantoni – deve agganciarsi al treno. Altrimenti, in futuro, andrà incontro a guai seri”. In Friuli l’economia

ha tenuto. “I dati sull’export della nostra Provincia – ha rilevato Fantoni – sono soddisfacenti in un contesto non brillante. Non mancano le zone di sofferenza nella nostra Provincia, come il Manzanese, e le difficoltà di alcuni settori, quali il legno-arredamento”.

“Non condividiamo però l’opinione – ha aggiunto il presidente dell’Assindustria friulana – di chi, a fronte delle difficoltà, propone un ritorno all’assistenzialismo. Noi siamo favorevoli al mercato e alla competizione. La selezione del mercato è un fenomeno naturale. Per una azienda che non ce la fa, un’altra nasce. L’importante è mettere da parte la cultura del lamento e lavorare seriamente, evitando di scaricare le responsabilità su una classe politica che, va ricordato, è lo specchio della società”.

Fantoni ha quindi risposto alle domande dei giornalisti. Il presidente ha dichiarato di condividere la scelta dell’amministrazione regionale di “far mantenere a Friulia quel ruolo di agente di sostegno dell’economia regionale”. Ed ancora: “La Regione va salvaguardata nella sua composizione unitaria. La rappresentatività del Friuli c’è e

c’è sempre stata. La qualità della classe dirigente della Provincia resta la migliore garanzia per una tutela più efficace delle istanze del territorio”. Cosa chiede a Illy per il 2006? “Soltanto – ha risposto Fantoni – di attuare e rendere funzionali i provvedimenti di politica economica emanati nell’ultimo anno”.

Il presidente dell’Assindustria friulana ha toccato pure il problema dell’energia.

“Rispetto agli altri paesi dell’Unione Europea – commenta – l’energia ci costa il 30% in più. Le nuove centrali a gas che si andranno a costruire eviteranno i black-out, ma non colmeranno il gap competitivo dell’Italia. Se vogliamo colmarlo nel breve periodo, dobbiamo aumentare la capacità di interconnessione delle nostre reti elettriche con l’estero”. “In questa logica si muovono i progetti relativi agli elettrodotti – precisa – a proposito dei quali non vedo situazioni di estremizzazione dei conflitti. Si è aperto un tavolo istituzionale di confronto con l’intermediazione della Regione. La posizione della Curia è quella di dare voce alle componenti che non erano state coinvolte. Ben

Toffolutti n. 2 di Assindustria

Novità nella composizione del comitato di presidenza dell’associazione industriali: Alberto Toffolutti, socio ed amministratore delegato della Toffolutti Officine srl di Basaldella, industria metalmeccanica di quinta generazione, socio della Faberspa di Cividale, è stato eletto vice-presidente in sostituzione di Giuseppe Morandini, approdato a Roma alla vice-presidenza nazionale di Confindustria in qualità di presidente del Consiglio Centrale Piccola Industria.

venga un approfondimento della questione e se dal dialogo riescono ad emergere anche le ragioni del sistema industriale”.

Alla conferenza stampa di fine anno erano presenti, oltre a Fantoni, il vice-presidente vicario dell’assindustria Adriano Luci, i vice-presidenti Cristina Papparotto, Marco Sostero, Alberto Toffolutti e Matteo Tonon, nonché il capogruppo delle imprese ai servizi Marino Firmani.

PANICCIA (API) TENDE LA MANO A PALAZZO TORRIANI

Pmi in ripresa, promuovere l’aggregazione tra imprese

Soffia il vento dell’ottimismo nell’associazione piccole e medie industrie di Udine. A conforto di questa situazione un dato su tutti: soltanto una minima percentuale di aziende della provincia di Udine nel 2005 ha visto una situazione di mobilità.

È questo quindi uno degli elementi chiave emersi nel corso della tradizionale conferenza stampa di fine anno. «Siamo convinti sostenitori della necessità di aggregazione tra le varie imprese per la crescita dell’intero sistema, - ha sostenuto Massimo Paniccchia, presidente dell’Api di Udine - Oggi ci sono le condizioni per essere uniti aggredendo così le sfide della competizione globale». A questo proposito, sul rafforzamento del sistema, c’è la disponibilità, da parte dell’Api, a ragionare con l’Assindustria e l’associazione dell’artigianato, per la nascita di una confederazione.

Nel corso della confe-



Massimo Paniccchia

renza-stampa, cui hanno partecipato anche lo stesso direttore dell’Api, Paolo Perini, il presidente dei giovani, Michele Bresana, e i vice-presidenti Fabrizio Mansutti e Ferrante Pitta, è stato evidenziato, invece, fra le criticità, il fenomeno dell’intermediazione della manodopera, legato alla carenza di personale specializzato, che ha visto, nel 2005, una quindicina di interventi

delle Fiamme Gialle. «Numerose aziende, soprattutto del settore della meccanica, sono entrate nel mirino della Guardia di Finanza per ipotesi, poco probabili, di intermediazione di manodopera – ha argomentato il direttore -. Nei giorni scorsi ben 37 finanziari hanno voluto fare degli accertamenti in merito, in un’azienda di Osoppo, con un’operazione eccessivamente spettacolare». Il fenomeno è legato, presumibilmente, a società di servizi extra regione che svolgono irregolarmente attività di intermediazioni di manodopera, utilizzate in buona fede dalle nostre imprese e, per le quali, secondo Paniccchia «bisognerebbe, anziché colpire chi utilizza il servizio, verificare a monte se queste aziende fornitrici sono a norma. Se non lo sono, ne andrebbe impedita l’attività, nell’interesse del sistema». Paniccchia ha sottolineato anche l’importanza della spinta all’innovazione per essere com-

petitivi ed ha espresso parere favorevole sull’operazione Friulia Holding e sull’abbattimento dell’Irap. Fiducia e ottimismo anche da parte del presidente dei giovani dell’Api che ha indicato come: «I giovani hanno capacità

per affrontare le criticità e come sia necessario investire nell’imprenditore oltre che ridurre la burocrazia».

Paniccia ha infine ricordato l’azione costante da parte delle piccole e medie industrie per au-

mentare la cultura dell’imprenditore e come l’associazione continui a impegnarsi per la crescita sociale del territorio. Per concludere il prossimo impegno dell’Api sarà ad Innovaction, la prima fiera dell’innovazione.

API INDUSTRIA CRITICA LA REGIONE

Leasing tra amici

Forte contrarietà viene espressa dall’associazione piccole e medie industrie di Udine per l’inserimento nella legge Finanziaria dell’istituto del leasing immobiliare, già proposto nei mesi scorsi nell’ambito del disegno di legge sulla competitività.

L’istituto del leasing, finora ammesso dalla giurisprudenza e dall’autorità di vigilanza solo in casi estremi nel settore dei lavori pubblici, consentirebbe infatti ai soggetti finanziatori scelti in

gara, di individuare le imprese qualificate anche in via fiduciaria senza ricorrere ad alcuna procedura concorsuale.

Il Presidente del gruppo edili dell’Api di Udine, Ferrante Pitta, sottolinea come l’introduzione di tale metodologia, alternativa all’appalto tradizionale, si configurerebbe come un ulteriore tentativo di limitazione del ruolo dell’imprenditoria edile e di “finanziarizzazione” del settore. Pitta esprime anche “preoccupazione per i recenti tentativi di produ-



zione normativa che rischiano di destabilizzare gli operatori del settore: l’introduzione di sistemi di regole fortemente incisive e modificative della disciplina dei lavori pubblici, senza alcuna metodologia di concertazione, conferma una politica di indebolimento di un comparto produttivo che ha garantito fino ad oggi capacità operative ed occupazionali”.

COMMERCIO

È un'uscita stretta dal tunnel, ma non è più crisi. Da Pozzo ottimista per il 2006

Il profumo della ripresa

Il vecchio consumismo è scomparso, ma sta tornando una certa propensione alla spesa



Confcommercio chiede una politica di sostegno per i piccoli negozi. Accanto al titolo, Giovanni Da Pozzo

Fiducia, ottimismo, impegno. Con particolare rilievo per il turismo, Giovanni Da Pozzo, presidente di Confcommercio provinciale, guarda al nuovo anno con positività. «Le prospettive – afferma Da Pozzo – per quanto non ancora suffragate da dati economici in netta crescita, sono interessanti. Potranno anche riguardare la sfera psicologica, ma contribuiscono a ingenerare nel consumatore sensazioni inverse rispetto al recente passato».

Per ora, vanno fatti dei distinguo. «Anche la lieve ripresa degli ultimi mesi del 2005 non ha toccato né tutti i territori né tutti i settori. Ma è indubbio che assistiamo a comportamenti del consumatore che hanno modificato il suo atteggiamento di acquisto».

Non tutto, tuttavia, è positivo. «Purtroppo – prosegue Da Pozzo –, c'è un dato strutturale che rende impossibile il ritorno ai consumi di qualche anno fa. La spesa familiare media è assorbita in buona parte dai costi per la casa, per i trasporti, per le assicurazioni e, con un'impennata preoccupante a fine 2005, dai prezzi dei servizi: energia elettrica, gasolio, spese finanziarie, con il ritorno a una seppur moderata crescita dei tassi».

Inevitabile, quindi, pensare a una ripresa, se mai ce ne sarà una, non così esplosiva. «Come poterlo pensare di fronte a servizi che avrebbero dovuto essere

liberalizzati e che invece restano in un regime di oligopolio, a partire dall'energia elettrica? Inevitabilmente, le urgenze del quotidiano non possono consentire il decollo della quota disponibile sui consumi».

Meglio accontentarsi di poco. Ma quel poco «conta davvero». «I piagnistei sarebbero inutili – insiste Da Pozzo –: si tratta di tendenze non modificabili a livello locale. Il suggerimento che mi sento di dare agli operatori è di cavalcare con ottimismo questo momento di apparente uscita dal tunnel».

Quali richieste alla politica? «Qualità e servizio. E' fondamentale che la piccola distribuzione riesca a competere con la grande. E' chiaro che si tratta di una competizione non facile, soprattutto all'interno dei centri storici. Senza adeguate

politiche di marketing urbano, ogni sforzo dei piccoli imprenditori diventerebbe vane. Insomma, la presenza del pubblico resta fondamentale a rafforzare la permanenza del consumatore in centro città. E' un obiettivo che va pensato anche in un'ottica sociale: in tanti piccoli paesi del nostro Friuli la presenza del negozio di vicinato non è solo un fatto economico».

La miglior carta da giocare nel 2006 è il turismo. «Può essere il volano dell'economia – sottolinea Da Pozzo –. Una carta da sfruttare al meglio, tenendo conto delle peculiarità del nostro territorio e di una mentalità che, dalla Regione all'amministrazione locale, sembra essere indirizzata a impegnare risorse congrue alle potenzialità del settore». Ma non

ci si deve fermare: «La cultura del turismo non si costruisce in pochi anni, è necessario che un intero processo di rafforzamento del sistema accompagni la proposta turistica del Friuli. Non bastano belle località, impianti rinnovati, spiagge attraenti. Serve un equilibrio tra tutte le componenti, anche quelle considerate meno importanti. Gli operatori contribuiranno con la loro professionalità».

Il 2006 vivrà «un giro di boa». «Ce lo auspichiamo non nel senso di numeri straordinari – conclude il presidente di Confcommercio provinciale –, ma in un nuovo modo di guardare all'economia. Le dinamiche sono veloci, la concorrenza è agguerrita, gli spazi si restringono. Ma ci deve essere la consapevolezza, da parte di tutti, che le cose possono mutare in meglio».

NO A POLITICHE DIFFERENZIALI

Sviluppo per tutti

Il momento non è facile. Anche il 2005 è stato un anno di stenti. Il calo dei consumi resta un fattore costante. Eppure, soprattutto perché la situazione non è nerissima come lo era due o tre anni fa, dobbiamo saper ripartire cercando di evidenziare anche quei piccoli segnali di ripresa.

Il futuro? Bisognerà dare priorità allo sviluppo di tutti e non solo di alcuni comparti. Il nostro è un sistema economico integrato: partecipano l'industria, l'artigianato, l'agricoltura, la realtà delle cooperative, il turismo, il commercio e i

servizi visto che si tratta di un settore in crescita e in grado di trainare larga parte dell'economia. Un settore che può dare risposte non solo alle zone già a forte vocazione turistica, ma anche ad aree marginali della montagna e della Pedemontana. Altre luci riguardano i servizi, comparto propenso a inserirsi in una prospettiva di sistema, oltre a rappresentare il futuro dei paesi occidentali più sviluppati.

Le ombre sono invece quelle legate al commercio tradizionale, che paga il calo dei consumi. La conseguenza è una preoccupante desertificazione commerciale dovuta all'eccesso di distribuzione, con la presenza di grandi centri aggressivi e competitivi. Ciò provoca, la perdita del ruolo anche sociale delle attività commerciali. Quello che ci aspettiamo è un 2006 che riporti, oltre alla fiducia, anche il riequilibrio dei consumi.



Claudio Ferri

Nei comparti del turismo, dei servizi e del commercio vediamo luci e ombre. Le prime illuminano soprattutto il turismo, su cui la Regione sta puntando forti risorse: investimenti più che legiti-

Claudio Ferri
Vicepresidente vicario provinciale Confcommercio Udine

UNA RICERCA DELL'IRES

Escalation dei megastores, un equilibrio a rischio

di Marco Ballico

“Non siamo conservatori e non abbiamo mai guardato con pregiudizio a una distribuzione aggregata, soprattutto quando questa vede una crescita dell'imprenditoria locale. Il vero problema, però, è l'integrazione nel sistema. I megacentri minacciano un assetto che si è consolidato nei decenni». E' questo il commento di Giovanni Da Pozzo alla recente ricerca dell'Ires che ha evidenziato la crescita del 28% della grande distribuzione nell'ultimo quinquennio nella sola provincia di Udine. «Il vero rischio – prosegue Da Pozzo – è di intaccare il valore sociale delle attività al dettaglio, quello



Centro commerciale della cintura udinese

legato alla loro funzione anti-desertificazione».

La parola d'ordine deve quindi essere «collaborazione». La stessa che viene evidenziata nella ricerca dell'Istituto. «L'annuncio di nuove aperture di superfici di vendita nei Paesi confinanti - si legge nella conclu-

sione dell'indagine - spingerà gli operatori del comparto verso la ridefinizione delle strategie. E dunque, piccola e grande distribuzione dovranno collaborare per fornire un servizio commerciale completo, integrato e in grado di attrarre nuovi consumatori e conservare

le quote di mercato detenute. Si passerà da una logica concorrenziale a un approccio cooperativo in cui le imprese di grande e ridotta dimensione dovranno attivarsi per facilitare l'integrazione dei servizi offerti sul territorio anche attraverso la realizzazione di ambiti commerciali compresi nei centri urbani (gli indipendenti dovranno specializzarsi nei segmenti merceologici che la grande distribuzione, per motivi economici, non intende coprire; mentre le imprese della grande distribuzione organizzata continueranno a rivolgersi ai segmenti del largo consumo)».

Integrazione e collaborazione, insiste Da Pozzo, «sono dunque le strade per una crescita equilibrata del sistema. Dobbiamo tenere conto di un bacino d'utenza

che ha i suoi limiti strutturali. Dieci anni fa molti consumatori provenivano dalla Slovenia. Oggi questo bacino non c'è più, per cui il mercato è ristretto all'ambito regionale».

Non mancano le preoccupazioni sul territorio. «Il via libera ai centri commerciali – commenta Cristian Perosa, presidente del mandamento di Confcommercio di Palmanova – non sempre è motivato da vantaggi occupazionali, sviluppo economico, interesse sociale. Comporta, al contrario, una spesa pubblica a favore di un'iniziativa privata di pochi e un pesante svilimento dei centri cittadini del territorio circostante. Purtroppo, la tendenza è quella di imitare le peggiori scelte delle società evolute senza rendersi conto che, altrove, si sta già

facendo retromarcia sulla grande distribuzione. Il risultato finale sarà quello di dove pagare assistenti sociali per tenere aperti i negozi di prima necessità nei piccoli paesi friulani».

Confcommercio approfondisce anche il tema occupazionale. «Tutti sanno – afferma Federico Verzegnassi, presidente del mandamento di Cividale – che un addetto alla grande distribuzione ne manda a casa due di quella tradizionale. Inoltre, le multinazionali dei megacentri non si sognano certo di reinvestire denaro sul territorio, ma lo indirizzano in altri Paesi per produzioni a basso costo. Senza dimenticare che, per consentire l'accesso a nuove strutture, gran parte delle opere viarie sono a carico della Regione e, quindi, dei contribuenti».

AGRICOLTURA

L'avventura imprenditoriale di una coop con la mission della fedeltà alla polenta

Blave, oro di Mortegliano

Arrivata la certificazione di rintracciabilità di filiera, "dal campo alla tavola"

di Francesca Pelesoni

In un'epoca in cui i consumatori sono sempre più informati e attenti alla qualità dei prodotti agroalimentari, assumono particolare rilievo le iniziative intraprese dagli imprenditori agricoli che decidono di giocare la carta della collaborazione per assicurare ai clienti prodotti di qualità sotto tutti i punti di vista, a cominciare da quello della genuinità. Tra questi la cooperativa agricola "La Blave di Mortean", costituita nel luglio del 2001 da nove soci e presieduta da Lorenzo Ferro, ha manifestato fin dall'inizio la volontà di offrire al mercato farina di granoturco di alto livello qualitativo.

Dopo aver lavorato per molto tempo in questa direzione e aver ottenuto questo importante risultato sul fronte della qualità, la cooperativa ha deciso di fare un altro passo in avanti. Puntando proprio a certificare la qualità raggiunta, dopo aver applicato un disciplinare di produzione, ha infatti richiesto a un ente terzo e indipendente la certificazione secondo i requisiti e i criteri della norma UNI 10939:2001, implementando un sistema di rintracciabilità di filiera completo "dal campo alla tavola".

Il progetto, avviato in collaborazione con Regione, Ersu, Ciase, Coldiretti, Università di Udine e con il sostegno del comune di Mortegliano, è giunto ormai alle battute finali. Dopo quattro giorni di verifica ispettiva da parte del professionista incaricato da CSQA su diversi soggetti della filiera (aziende agricole, cooperativa,



trasformatori e confezionatori) con delibera del 28/11/2005 il comitato esecutivo di certificazione di CSQA (uno, se non il più importante, ente di certificazione per l'agroalimentare in Italia) ha infatti rilasciato i certificati di rintracciabilità di filiera per la farina di mais bianca e gialla "Blave di Mortean", per la farina di mais gialla "Blave di Mortean" utilizzata nella produzione di grissini, crostini e biscotti, per l'orzo decorticato "Uardi di Mortean" e per il succo di mela "di Mortean".

Questa certificazione rappresenta un'ulteriore garanzia per il consumatore, perché offre un prodotto alimentare di alta qualità, gestito e controllato fin dall'origine e lungo tutta la filiera. La gestione per lotti, inoltre, permette di identificare in ogni momento i flussi materia-

li, i soggetti e le attività che hanno contribuito alla produzione del prodotto finito.

Oltre che affrontare a testa alta il mercato nei prossimi decenni con un prodotto di nicchia di grande qualità e salubrità legato al territorio e guardare con ottimismo alla sfida della globalizzazione, la certificazione consente alla cooperativa di anticipare anche le rigorose norme dell'Unione Europea sulla sicurezza alimentare e l'imminente entrata in vigore nel 2007 di nuovi limiti di micotossine nelle farine per alimentazione umana. La cooperativa di Mortegliano non si farà trovare impreparata, perché le farine della Blave di Mortean, per le tecniche di coltivazione, per il lavoro di selezione, cernite delle pannocchie (vengono scelte solo le migliori),

essiccazione e confezionamento, rispettano già ampiamente i limiti molto ristretti che saranno imposti dall'Ue.

Per il presidente Ferro si tratta di un "grande risultato", a testimonianza del buon lavoro svolto da parte di tutti i soggetti coinvolti. "Il progetto di valorizzazione delle nostre produzioni, legato alla Misura m del Piano di sviluppo rurale - continua Ferro - ha superato uno scoglio importante e ora si avvia alla conclusione, prevista per fine marzo. È nostra intenzione comunque far tesoro dell'esperienza acquisita, continuando nella ricerca della migliore qualità dei nostri prodotti e aumentando nello stesso tempo la trasparenza del processo produttivo, e quindi la fiducia dei clienti, consumatori finali o rivenditori".

TRA COLDIRETTI E PRO LOCO Patto sulla genuinità

Genuinità del cibo, ma anche delle manifestazioni e dei rapporti umani. La base dell'accordo di collaborazione tra mondo delle Pro Loco e Coldiretti è rappresentato certamente dalla condivisione di alcuni valori: importanza della tradizione, rispetto per l'ambiente e della salubrità, difesa del "tipico" e centralità della dimensione di comunità. La commissione paritetica istituita con la firma del protocollo d'intesa nel maggio 2005 ha ideato così, in maniera condivisa, un calendario di iniziative per il 2006 che vedranno collaborare e interagire i due sodalizi.

Gli esperti di Coldiretti saranno a disposizione per incontri sul territorio presso le singole Pro Loco per far conoscere il patrimonio agroalimentare locale, rendendolo protagonista di attività di valorizzazione e di attrattività turistica. Specie nelle aree più periferiche e disagiate, questo patri-

monio rappresenta anche un'occasione di animazione e socializzazione.

Sempre nel contesto formativo, saranno organizzati appositi corsi o stage di tecnologia alimentare destinati alla gente di Pro Loco. Saranno toccati, in particolare, i temi della rintracciabilità dell'origine degli alimenti, dei metodi di lavorazione, di conservazione e di utilizzo. Contestualmente l'Associazione regionale Pro Loco si impegnerà a fare in modo che le sue associate, nell'ambito delle più diverse manifestazioni, utilizzino in maniera preferenziale le produ-

zioni agroalimentari locali, contribuendo a promuovere il "made in Friuli" e a creare un indotto per il settore primario.

A questo scopo saranno individuati alcuni eventi-pilota che mirano a proporre un vero 100% Friuli.



Pellis, Fiera in paese. In primo piano, la bandiera dei Coldiretti

VINI FRIULANI APPREZZATI IN ITALIA E ALL'ESTERO

Colli Orientali promossi con lode

Per il Consorzio Colli Orientali del Friuli il 2005 si è concluso con un'intensa di attività promozionale che ha visto protagonisti i migliori vini friulani, in particolare autoctoni, in due qualificati eventi svoltisi a Roma e Salisburgo. Di grande prestigio è stata inoltre la partecipazione alla 14° edizione del Merano International Wine Festival, alla quale il Consorzio ha deciso di presentare esclusivamente una rosa di bottiglie di Tocai Friulano, uno dei vini più rappresentativi del Friuli

che ha incontrato grandi consensi tra le migliaia di visitatori.

Nel complesso, un gruppo di circa 50 aziende dei Colli Orientali ha presentato oltre 200 etichette ad un pubblico selezionato italiano ed estero che ha dimostrato di apprezzare particolarmente la qualità dei vini friulani. "Una partecipazione unitaria - sottolinea il presidente Pierluigi Comelli - che ha permesso anche a realtà vinicole più piccole di avere il giusto riconoscimento per i propri prodotti di qualità, simbolo di una forte tradi-

zione legata al territorio". In un'ottica di promozione integrata del territorio, il Consorzio Colli Orientali ha invitato a Salisburgo il Consorzio Friuli Turismo che ha presentato il panorama della migliore offerta turistica regionale. La volontà di promuovere in maniera unitaria non solo la qualità dei vini, ma anche le bellezze del territorio e la gastronomia locale sarà il filo conduttore della futura attività promozionale consortile.

A Roma oltre 400 persone, tra proprietari di importanti enoteche, giorno-

listi, sommeliers di rinomati ristoranti e appassionati di enologia, hanno partecipato al tasting tour organizzato per la prima volta nella capitale, in collaborazione con l'International Wine Academy. Pubblico selezionato anche per la degustazione salisburghese che si è svolta nell'elegante albergo Parkhotel Castellani dove i vini dei Colli Orientali sono stati proposti in abbinamento alle specialità classiche della gastronomia friulana: prosciutto di San Daniele, formaggio Montasio, gubana.



I vini dei Colli Orientali alle ultime promozioni del Consorzio

ARTIGIANATO

Gioco di squadra per le imprese artigiane friulane più disponibili al rinnovamento

Il club degli innovatori

Uno stand di Confartigianato a InnovAction 2006, vetrina della vitalità del settore



CRITICI I GIOVANI

Silvio non investe

“La riduzione del budget per l'innovazione è stato un errore per un Paese come il nostro, storicamente ben al di sotto dei livelli di spesa delle altre nazioni continentali”. Lo hanno denunciato i Giovani imprenditori di Confartigianato del Friuli Venezia Giulia intervenuti a una recente convention nazionale dal titolo “L'impresa più grande”, svoltasi a Firenze alla presenza del ministro per l'innovazione Stanca, che ha esposto le decisioni del governo sull'innovazione contenute nella legge finanziaria, rivendicando come merito della propria azione il non aver permesso tagli ai fondi destinati alla ricerca. La critica dei giovani di Confartigianato non si è limitata all'esiguità delle risorse (“visti i tagli degli anni scorsi, andavano aumentate”) ma si è orientata anche sulla qualità della ricerca per l'innovazione. Come ha argomentato il professor Boccia (consulente Confartigianato), la vera innovazione su cui non si è mai investito sono i giovani verso i quali “ci si è sempre rapportati più come problema del presente che come risorsa per il futuro”.

infatti anche uno dei luoghi di realizzazione delle attività informative, formative, ecc...del famigerato neonato “Club degli Innovatori”.

E' notizia infatti di questi giorni che le aziende maggiormente innovative associate a Confartigianato Udine si siano organizzate in un “Club degli Innovatori” che vuole essere di stimolo alla collaborazione tra le aziende, allo scambio di buone pratiche, all'attuazione di progetti comuni ed allo sviluppo della cultura e della conoscenza attraverso l'organizzazione di convegni, conferenze ed incontri tecnici.

Per rappresentare e sintetizzare tutto questo fermento del mondo artigiano,

Confartigianato Udine parteciperà alla manifestazione fieristica “Innovation 2006” con uno stand nel quale verrà evidenziato in modo multimediale questo spirito.

Lo stand promosso e coordinato da Confartigianato Udine, in particolare, ospiterà 13 imprese (i relativi imprenditori hanno promosso la costituzione del club degli innovatori) che parteciperanno alla manifestazione dopo aver usufruito nel corso del 2005 delle prestazioni offerte dallo Sportello Innovazione; offrirà assistenza alle altre imprese aderenti a Confartigianato Udine o Confartigianato Friuli Venezia Giulia, seppure presenti con un proprio stand;



vuole invece fornire delle risposte a fabbisogni collettivi, di aggregazione, confronto, formazione, scambio e diffusione della cultura dell'innovazione, di condivisione di esperienze e conoscenze, ecc.

A 8 mesi di distanza dall'attivazione dello “Sportello Innovazione” di Confartigianato Udine sono già 46 le imprese associate che hanno fatto ricorso al nuovo servizio di consulenza avanzata ed assistenza nel campo dell'innovazione e della ricerca scientifico-tecnologica.

Le aziende che si sono rivolte allo sportello presentano le seguenti caratteristiche: dal punto di vista territoriale risultano ben distribuite tra le diverse aree della provincia di Udine (6 aziende appartengono invece ad altre province regionali). Sono localizzate soprattutto nell'area udinese e medio Friuli (10 aziende paria al 22%), nella Bassa (9 aziende pari al 20%) e nel manzanese-cividalese (8 aziende pari al 17%); anche la montagna e il collinare dimostrano comunque una buona propensione all'innovazione rispettivamente con 7 e 6 aziende ciascuna.

13 aziende, quasi una su tre (29%), invece, appartengono al settore con maggior vocazione per l'innovazione, vale a dire quello dell'informatica ed elettronica. Seguono i servizi con 8 aziende (17%), altre manifatture con 7 aziende (15%), il settore dei metalli e il legno-mobilia con 6 aziende ciascuno (13%) e la meccanica (5 aziende pari al 11%).

ospiterà uno o più addetti allo Sportello Innovazione, a cui ci si potrà rivolgere per ottenere informazioni, assistenza e documentazione relativamente alle opportunità economiche a disposizione delle micro e piccole imprese che intendono investire in innovazione, ricerca, sviluppo e trasferimento tecnologico; consentirà di prenotare ed effettuare degli incontri “one-to-one” con singole imprese presenti ad Innovation in modo tale da approfondire la conoscenza delle relative esperienze, potenzialità e progetti di innovazione, stabilire un primo contatto e sviluppare ulteriori confronti; e infine presenterà ai visitatori materiale informa-

tivo riguardante le opportunità in questo ambito a disposizione delle piccole e medie industrie e degli artigiani.

Proprio a corollario dello stand, saranno presentati il costituente “Club degli Innovatori” e i primi appuntamenti del relativo programma di attività (seminari, workshop, convegni, progetti formativi, ecc.).

“Sportello Innovazione” e “Club degli Innovatori” costituiscono quindi due fiori all'occhiello di Confartigianato Udine: lo Sportello punta in particolare a fornire risposte personalizzate a bisogni, richieste e problemi delle singole imprese (ricerca di finanziamenti, stesura dei progetti, ricerca di partner); il Club

L'ANALISI DI CONFARTIGIANATO

Sintomi di ripresa, e l'export è ripartito

Vengono dall'export i segnali più incoraggianti sull'andamento dell'artigianato e del Nord-Est. Lo testimoniano i dati del terzo trimestre del 2005, anche se le microimprese (meno di 10 addetti) sono state le più penalizzate dalla stagnazione. Ad evidenziarlo è l'Ufficio studi di Confartigianato Udine analizzando i dati dell'indagine congiunturale di Unioncamere sulle piccole e medie imprese industriali che fa risaltare, per quanto riguarda il nord est, una situazione di vantaggio rispetto ad altre aree, con un segno positivo nelle esportazioni (+1,6%) e dei cali meno marcati per produzio-



ne, fatturato e ordinativi.

Ma non è tutto oro ciò che luccica. Il comparto artigiano dell'industria infatti, se si eccettuano le esportazioni, evidenzia perdite più che doppie rispetto

Variazioni tendenziali della produzione, del fatturato degli ordinativi e dell'export dell'industria (con la distinzione dell'artigianato e delle microimprese) rispetto al corrispondente trimestre del 2004, Italia e ripartizioni geografiche, III trim. 2005

	PRODUZIONE	FATTURATO	ORDINATIVI	EXPORT
Nord-Ovest	-0,8%	-1,5%	-1,4%	-1,2%
Nord-Est	-0,4%	-0,8%	-0,5%	1,6%
Centro	-1,9%	-1,8%	-2,1%	-0,9%
Sud e Isole	-2,0%	-1,6%	-2,0%	-1,2%
Italia	-1,0%	-1,3%	-1,3%	-0,2%
di cui				
artigianato	-2,4%	-2,9%	-2,6%	0,2%
Imprese 1-9 dip.	-2,9%	-2,9%	-2,8%	-2,9%

al manifatturiero.

Dati che fanno formulare al presidente di Confartigianato Udine una previsione meno pessimistica per il 2006, anche se molto prudente. “I sintomi di ri-

presa - afferma infatti Faleschini - aiutano a formulare delle previsioni più incoraggianti, anche se nell'artigianato e nelle microimprese prevale un atteggiamento prudente”.

Dai dati emerge, infatti, che nel III trimestre del 2005 la produzione e il fatturato presentano ancora un segno negativo, anche se evidenziano un miglioramento rispetto alla prima parte dell'anno.

Le prospettive su produzione e fatturato risultano positive in tutte le ripartizioni territoriali. A livello nazionale il saldo tra la percentuale di imprese che prevedono un incremento del fatturato e quelle che indicano una diminuzione è pari a +18; i segnali di ripresa sono condivisi, seppur con minor convinzione, anche dalle aziende industriali minori +5. Anche in questo caso l'ot-

Nella foto a sinistra Carlo Faleschini, presidente di Confartigianato Udine

timismo è meno diffuso tra le microimprese artigiane, +4 in Italia e nel Nord-Est, rispetto al complesso dell'artigianato, +8 in Italia e +10 nel Nord-Est.

Ordinativi in crescita sono attesi con riferimento sia alla domanda interna sia all'export. La fiducia delle imprese minori e degli artigiani del Nord-Est è rivolta soprattutto agli ordinativi esteri, per i quali le aspettative permangono di gran lunga migliori rispetto a quelle complessive del manifatturiero.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Business in Bulgaria, Cechia, Slovacchia e Ucraina

BULGARIA News

Il Parlamento bulgaro ha approvato la legge finanziaria per il 2006.

Il budget prevede l'allocatione dell'ammontare maggiore, oltre 3 miliardi di euro, ai programmi sociali ed alle problematiche dell'occupazione. Altri 1,17 miliardi di euro saranno destinati alla difesa, alla sicurezza e all'ordine interno. La legge finanziaria mira a ridurre l'inflazione dal 5,8% al 4,9% per la fine del 2006, ad incrementare il PIL al 5,5% ed un cambio di 1,61 lev per 1 dollaro.

Gli obiettivi generali del budget 2006 puntano al mantenimento della stabilità macroeconomica, il proseguimento della stabile crescita economica e la preparazione del paese all'ingresso in Unione Europea.

La Bulgaria si aspetta 2,3 miliardi di Euro di investimenti diretti nel 2006.

Gli investimenti saranno distribuiti in modo equilibrato tra i vari settori dell'economia: 25% nella produzione industriale, 20% nella costruzione di supermercati, alberghi e nel commercio, 25% nel settore dell'energia e il resto nell'industria estrattiva e nei trasporti. Il progetto più grande che avrà inizio l'anno prossimo sarà l'implementazione di nuova capacità per la centrale termoelettrica Maritza Est 1, del costo di 1,042 miliardi di eu-

ro per la quale la società americana AES ha già ottenuto il certificato di prima classe.

Fiere

15.02 - 17.02 - Plovdiv
BANKS INVESTMENTS MONEY

Fiera internazionale della finanza

Gare d'appalto

Bando di gara d'appalto: 2005/S 244-240289

Potenziamento dei controlli doganali sui futuri confini esterni dell'UE: fornitura di attrezzature tecniche specializzate.

Scadenza: 20.02.2006, Ore: 16.00

REPUBBLICA CECA

Fiere

08.02 - 10.02. Praha



Uno stand alla fiera di Plovdiv

MODA

Fiera internazionale di moda

09.2 - 11.2. Praha

PRAGAOFFICE
Fiera internazionale dei mobili e arredamenti ufficio

14.2 - 16.2.

Brno

KABO

Fiera internazionale delle scarpe e prodotti calzoi

14.2 - 16.2.

Brno

STYL

Fiera internazionale di moda

24.2 - 26.2. Brno

OPTA

Fiera internazionale della ottica ed oftalmologia

Gare d'appalto

Bando di gara d'appalto: 2005/S 238-235121

Settori Speciali: compressori d'aria carrellati, lavori di costruzione di edifici industriali, lavori di connessione elettrici, servizi di ideazione tecnica, Installazione di un sistema di conduttore, lavori di installazione di sistemi d'allarme antincendio. Tubi, tubazioni e raccordi per tubi o tubazioni di rame. Apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'energia elettrica. Cavi a bassa tensione.

Termine per il ricevimento delle richieste di documenti o per l'accesso ai documenti: 10.02.2006.

Termine per il ricevimento delle offerte e delle domande di partecipazione: 21.02.2006, Ore 10.00.

Lingua: ceco.

Bando di gara d'appalto: 2005/S 247-244117

Servizi di ricerche di mercato.

Termine per il ricevimento delle offerte e delle domande di partecipazione: 15.02.2006, Ore 16.00.

Lingua: ceco.

SLOVACCHIA News

La Slovacchia ha firmato un accordo con la Banca Centrale Europea, i Paesi dell'eurozona ed i membri dell'ERM relativamente alla partecipazione di Bratislava al meccanismo ERM prima di quanto inizialmente pianificato. La Slo-

vacchia sostituirà il regime attuale di cambio fluttuante con uno fisso che implica un margine di scostamento del 15%. Il cambio Corona/Euro è stato fissato a 38.455.

Tecnicamente, l'entrata nell'ERM II permetterà alla Slovacchia di adottare l'Euro entro due anni se il Paese rispetta i criteri di Maastricht relativi all'inflazione, ai tassi d'interesse, al deficit di budget ed al debito pubblico. L'obiettivo ufficiale del governo è di entrare nell'eurozona a partire dall'inizio del 2009.

L'afflusso degli investimenti diretti esteri in Slovacchia nel periodo gennaio-settembre 2005 ha superato i 340 mln di euro. Secondo i dati della Banca Nazionale Slovacca, la maggior parte di questi investimenti sono stati indirizzati al settore industriale. Pur non potendo fare un confronto su base annuale perché la metodologia di calcolo è stata cambiata, il dato sulla bilancia dei pagamenti mostra che nei primi nove mesi del 2004 gli investimenti diretti esteri ammontano a 780 milioni di euro.

Fiere

26.01 - 29.01. Bratislava
DANUBIUS GASTRO
- Fiera internazionale di gastronomia

GASTROPACK - Fiera delle tecnologie dell'imballaggio in campo alimentare

HUNTING, FISHING, LEISURE - Fiera internazionale della caccia, pesca e delle attività "leisure"

EXPOSHOP - Fiera internazionale degli arredamenti negozio

ITF SLOVAKIA TOUR
- Fiera internazionale del turismo

SPORT BRATISLAVA
- Fiera internazionale di moda sportiva e degli attrezzi per lo sport

Gare d'appalto

Bando di gara d'appalto: 2005/S 246 - 242881

Vari servizi di ingegneria.

Termine per il ricevimento delle richieste di documenti o per l'accesso ai documenti: 7.02.2006.

Termine per il ricevimento delle offerte e delle domande di partecipazione: 14.02.2006, Ore 13.00.

Lingua: slovacco.

UCRAINA

Fiere

01.02 - 03.02. Kiev

INTERAGRO

Fiera internazionale dei mezzi agricoli

15.02 - 17.02. Kiev

UKRPRODASH - Fiera internazionale delle tecnologie alimentari

KIEV AGRIHORT - Fiera internazionale dell'agricoltura

28.02 - 03.03. Kiev

FOOD EXPO UKRAINE

Fiera internazionale degli alimentari

Euro Info Centre Relay 2006 - L'Europa per le imprese

"IPM" - Interactive Policy Making

Anche per il 2006 l'Euro Info Centre IT388 Relay della Camera di Commercio I.A.A. di Udine partecipa al progetto della Commissione Europea denominato "IPM - Interactive Policy Making".

La Direzione Generale Mercato Interno, in collaborazione con la Direzione Generale Impresa, ha deciso di utilizzare la rete EIC per promuovere quest'iniziativa con lo scopo di comprendere i problemi incontrati dalle imprese nello svolgimento delle proprie attività, con particolare attenzione agli aspetti legali e fiscali, alla libera circolazione di beni e servizi, alle gare d'appalto, all'ambiente, ecc., e di migliorare il funzionamento del Mercato Interno.

La segnalazione di eventuali ostacoli, consente alle singole Direzioni Generali di valutare l'impatto delle proprie linee di intervento e l'eventuale mancanza di queste. L'inserimento, in forma anonima, dei quesiti più complessi rivolti dalle imprese agli EIC, nell'apposita banca dati, permette alla Com-

missione di elaborare le proprie politiche adottando misure e regolamentazioni a favore delle Piccole e Medie Imprese.

Partecipare quindi al processo decisionale europeo è ora più facile.

(<http://europa.eu.int/yourvoice/ipm>)

La vostra voce in Europa

La vostra voce in Europa fa parte dell'iniziativa "politica interattiva" della Commissione che è molto interessata ai pareri dei cittadini, dei consumatori e delle imprese sulle politiche europee.

Numerosi cittadini ed imprese utilizzano questo portale web quotidianamente, rispondono ai questionari proposti on-line, discutono di tematiche comunitarie, esprimono le proprie opinioni sulle politiche UE e consultano i risultati elaborati sulla base di sondaggi sull'applicazione della normativa esistente, presentano reclami.

Molte di queste consultazioni possono riguardare da vicino le attività delle imprese, come ad esempio l'elaborazione di pro-

poste per modificare direttive di armonizzazione tecnica.

Tra le consultazioni al momento presenti sul sito si segnalano in particolare:

- LIBRO VERDE. Azioni di risarcimento del danno per violazione delle norme antitrust comunitarie (scadenza 21.04.2006)

- LIBRO VERDE sull'efficienza energetica (scadenza 31.03.2006)

(http://europa.eu.int/yourvoice/consultations/index_it.htm)

SOLVIT, per risolvere i problemi di cittadini e imprese

I centri Solvit fanno parte dell'amministrazione nazionale e si impegnano a fornire concrete soluzioni a problemi incontrati da cittadini e imprese entro 10 settimane della presentazione del caso.

Sebbene la gestione sia di competenza degli Stati membri è la Commissione europea che fornisce le infrastrutture e l'assistenza per accelerare la soluzione dei problemi.

Ai cittadini ed alle imprese viene spesso negato il beneficio dei propri drit-

ti: i procedimenti legali si protraggono per troppo tempo, il riconoscimento di diplomi e qualifiche professionali è talvolta difficile tanto quanto l'ottenimento di un rimborso dell'IVA o la commercializzazione di un prodotto in un altro Stato membro. Possono sorgere questioni inerenti al diritto del lavoro, alla sicurezza sociale, all'imposizione fiscale, etc.

Solvit ha lo scopo di fornire rapidamente una soluzione a questi problemi.

Solvit si occupa in linea di massima di qualsiasi problema transfrontaliero, tra un'impresa o un cittadino da una parte e un'amministrazione pubblica nazionale dall'altra, che riguarda l'eventuale scorretta applicazione della legislazione comunitaria.

Il Centro Solvit nazionale esamina la richiesta di intervento, inoltra i dati sul caso automaticamente al Centro Solvit dello Stato membro in cui si è verificato il problema. I due Centri collaborano per trovare una soluzione e informano l'interessato (cittadino o impresa) sull'evoluzione del caso proponendo una possibile soluzione. Se

non si accetta la soluzione proposta si può contestarla tramite Solvit e/o se non se ne trova una accettabile si può avviare un procedimento legale presso un tribunale nazionale o presentare un reclamo ufficiale alla Commissione europea.

Solvit si impegna ad offrire ai cittadini e alle imprese un servizio esemplare, di qualità ed efficace nella ricerca delle soluzioni ai problemi.

(http://europa.eu.int/solvit/site/about/index_it.htm)

Trovare un partner commerciale

L'Euro Info Centre IT388 Relay, ospitato dalla Camera di Commercio I.A.A. di Udine, offre gratuitamente alle imprese della provincia un servizio di ricerca commerciale attraverso la diffusione di una richiesta di cooperazione per il tramite della banca dati "Business Co-operation Database" della Commissione europea, collegata ai circa 300 EIC e Centri di corrispondenza in oltre 70 Paesi.

L'annuncio viene inserito in banca dati e trasmesso



so ai corrispondenti che pubblicano l'inserzione su bollettini locali, riviste e/o sui propri portali web. L'azienda richiedente può essere contattata direttamente o per il tramite dell'EIC Relay di Udine e può scegliere il periodo di validità del proprio annuncio tra un minimo di 6 mesi ed un massimo di 12 mesi.

Durante detto lasso di tempo la richiesta di cooperazione rimane circolante nella banca dati consentendo all'impresa di ricevere segnalazioni da parte di potenziali partner commerciali interessati.

Per ulteriori informazioni ed approfondimenti sui temi trattati consultare l'Euro Info Centre IT388 Relay ospitato dalla CCIAA di Udine, tel. 0432/273.826-273.516, Email: eicit388@ud.cam.com.it, fax 0432/503.919.