

Udine **Economia**

Aprile 2009 - N. 4

Mensile di attualità economica e culturale della Camera di Commercio di Udine



Camera di Commercio
Udine

Registrazione Tribunale
di Udine n. 7 del 18 Febbraio 1984
Spedizione in Abbonamento Postale - 45% -
art. 2 comma 20/b legge 662/96 Filiale di Udine

Taxe percue - Tassa riscossa
33100 Udine - Italy - Pubblicità inferiore al 70%
Per la pubblicità rivolgersi a: EURONEWS
Telefono 0432-512270 - 0432-292399 - 0432-202813

FOCUS ECONOMICO



**Nuova idea
di Made in
Friuli**

pag. ► 2

IL PROGETTO



**Diventare
"grandi"**

pag. ► 3

LA FIERA INFORMA



**Gli attori
dello
sviluppo**

pag. ► 5



L'analisi dei gruppi di lavoro della Cciao
a pagg. 20-21

Il mondo dell'economia si rimbocca le maniche e, con la Camera di commercio di Udine, si è impegnata a produrre proposte concrete per la Regione con l'obiettivo di contrastare efficacemente la crisi economica e finanziaria. La nuova iniziativa parte dal Comitato di monitoraggio dell'economia costituito, alcuni mesi fa, dal presidente Giovanni Da Pozzo.

«Dall'inizio della crisi, la Cciao ha attivato una serie di strumenti e azioni in grado di monitorare e intervenire in questa difficile situazione - ha esordito Da Pozzo al termine del periodico incontro con il team di monitoraggio -. Questo Comitato è nato proprio con lo scopo di fornire supporto ai responsabili della politica economica regionale, studiando, in tempo reale, i rapidi cambiamenti dell'economia e

Risposte certe per l'economia del Friuli

producendo "fotografie" e dati interpretativi attendibili. Per aumentare l'incisività, abbiamo istituito alcuni Gruppi di lavoro monotematici, formati da componenti della Giunta e del Consiglio camerale, supportati dalla struttura dell'ente. Ogni gruppo ha prodotto una serie di proposte specifiche, per ciascun settore del sistema economico, da sottoporre alla Regione, capaci di dare risposte ai principali asset del sistema imprese».

I rappresentanti delle categorie all'interno degli organi di governo della

Cciao sono stati dunque i protagonisti di questa iniziativa, inserita nel solco della forte e continua collaborazione camerale instaurata in modo particolare con la Regione. Secondo Graziano Tilatti, che fa parte del Gruppo infrastrutture, logistica e casa, «è fondamentale stimolare la domanda interna in materia di edilizia privata e di micro-opere pubbliche utili alla manutenzione del territorio.

La Regione, con l'istituzione di un apposito fondo, dovrebbe intervenire per sostenere l'attività

delle costruzioni e del relativo indotto (legno-arredo, impiantistica...).

Elsa Bigai, del Gruppo sulla sburocrazizzazione, sottolinea fra l'altro l'importanza che la Regione fornisca risposte certe e puntuali sull'attuazione del Programma di sviluppo rurale.

«La tempistica delle risposte dei 120 giorni deve essere assolutamente rispettata - dice -. Dunque, entro breve, le aziende agricole devono conoscere la situazione delle loro domande di contributo e delle relative progettualità. Uno stimolo de-

cisivo, inoltre, va rivolto al rafforzamento dei sistemi cooperativi».

«In questo momento, bisogna compattare le necessità sulla base delle priorità del sistema delle imprese - sostiene poi Marco Simeon, dei Gruppi formazione e crescita dimensionale delle imprese -. Da parte nostra, abbiamo costruito proposte chiare e di sostanza, che chiediamo alla Regione di sostenere e condividere senza disperdere le poche risorse disponibili in mille rivoli, ma indirizzando gli investimenti in base a precise prio-

rità». Anche il credito è un "sorvegliato speciale", poiché è strumento necessario alla vita economica di tutti i settori. «Il credito per il sistema delle imprese è come la benzina per il sistema dei trasporti - aggiunge infatti Dino Cozzi, coordinatore del Gruppo dedicato alla questione -. Abbiamo lavorato per fornire suggerimenti affinché possa continuare ad affluire alle aziende e per far sì che gli strumenti di politica industriale di cui la Regione si è dotata possano rispondere a questa situazione completamente nuova».

«Gli interventi da realizzare - conclude Da Pozzo - devono dunque mirare a mantenere attiva l'economia del territorio, non solo per essere pronti al momento della ripresa, ma anche per mitigare gli effetti sociali che questa crisi potrebbe creare».

SEDIA



**Prove di
rilancio**

pag. ► 16

SIDERURGIA



**Passaggio di
testimone**

pag. ► 17

TUTELA BREVETTI



**Bando in
scadenza**

pag. ► 25

Al vaglio una nuova veste del progetto "Made in Friuli" che rilancerà, nelle intenzioni, la nostra economia

FOCUS ECONOMICO

IL PIANO

Nuova idea di Friuli

Il marchio collettivo conterrà un forte richiamo al territorio e sarà proiettato al futuro

Giada Bravo

Il "Made in Friuli" sarà la chiave per rilanciare l'economia e l'immagine territoriale locale. L'idea è del presidente camerale di Udine Giovanni Da Pozzo che di recente ha chiamato a raccolta la leadership delle teste pensanti della comunità friulana per discutere di marketing e di tutte quelle strategie capaci di riportare alla luce un progetto che già all'inizio degli anni '90 aveva portato risultati commerciali interessanti.

Alcuni ragionamenti, ovviamente, prenderanno le mosse proprio da quanto fatto in passato, da ciò che è stato concepito dalla stessa Camera di Commercio sotto la presidenza di Gianni Bravo, al timone dal 1982 al 1992. Si tratta di un marchio collettivo, tuttora attivo, legato all'area geografica del Friuli storico, appunto, non come sinonimo della sola provincia di Udine ma piuttosto delle aree comprese anche nelle province di Pordenone e



di Gorizia. Viene concesso alle imprese, in base a un dettagliato regolamento, per poter essere apposto sui prodotti e servizi e, nel corso degli anni, era stato abbinato pure un portale web per diventare una vera e propria vetrina per le aziende friulane e i loro prodotti.

Ora però sembra che sul tavolo di discussione ci sia molto di più visto che imprenditori, rappresentanti istituzionali ed esponenti accademici sono all'opera per mettere in atto un piano di lavoro

che si possa sviluppare di pari passo alla progettualità che giunge dalla società e delle sue rappresentanze ufficiali.

Un progetto in divenire, in "gerundio" com'è stato definito, che metta in campo una forte partecipazione, una sorta di Friuli 2.0 divulgato anche attraverso la condivisione e l'applicazione delle più moderne tecnologie e, ovviamente, da Internet. Una specie d'albero che cresca e si sviluppi verso l'alto ma che nel contempo si regga solidamente su sal-

Il progetto verrà divulgato anche attraverso la condivisione e l'applicazione delle più moderne tecnologie

de radici aggrappate con forza al terreno. Uno sviluppo, dunque, che non può prescindere dalla conoscenza e dalla consapevolezza del passato, dell'identità e del complesso dei valori su cui poggia il Friuli.

Da Pozzo stesso l'ha giudicato ambizioso e coraggioso ma è pronto a osare proprio in momenti difficili come questo, con una crisi di cui ancora non si vedono bene né i contorni né la fine. "Siamo di fronte a una formidabile opportunità di crescita e cambiamento - spiega Da Pozzo -.

Anche la nostra comunicazione può riflettere e stimolare questo cambiamento e aiutarci a trovare un ruolo nell'economia

che verrà.

Vogliamo presentarci con idee e stimoli per una nuova comunicazione, che trae origine dalle nostre radici, dai nuovi media, dalla tecnologia e dalla creatività, e che possa amplificare il nostro potenziale latente. Una comunicazione che aiuti a posizionarci, ma anche a riflettere sul cambiamento e sulle nostre opportunità.

La nuova veste del progetto "Made in Friuli" si sviluppa secondo più seg-

menti, virtuali e concreti, e vuole diventare una sorta di collettore delle istanze provenienti dalle diverse componenti della comunità. La fine del piano sarà l'inizio di un nuovo Friuli.

Per ora, tuttavia, logo e marchio sono ancora "top secret", ma di certo contengono un forte richiamo al territorio e uno sguardo proiettato sempre al futuro. Uno sguardo sempre dinamico, come la nostra società.



Il nuovo Made in Friuli è stato presentato a trenta stakeholders della provincia



Made in Italy non si traduce solo con "Prodotto in Italia" ma anche e, soprattutto, con ricerca, design, materie prime eccellenti e manodopera specializzata. Caratteristiche che i produttori e i rivenditori friulani difendono e promuovono e i consumatori apprezzano sempre di più.

«Oggi il Made in Italy è fondamentale per il futuro del nostro Paese - commenta Franco Buttazoni, vicepresidente vicario di Confartigianato Udine - anche se, paradossalmente, è molto più considerato all'estero che all'interno dei nostri confini. Ed è proprio per difendere l'italianità dei prodotti che dobbiamo insistere sulla loro tracciabilità, per ogni fase della lavorazione». Sul

fatto che un prodotto italiano possa avere però un costo maggiore per il consumatore finale, Buttazoni fa un esempio molto efficace. «In un momento come quello attuale il prezzo lo si guarda, eccome. Se io mi trovassi, ad esempio, a dover fare un regalo, però, a parità di prezzo, comprerei quello più piccolo ma italiano, perché mi dà determinate garanzie. Pensiamo al giocattolo per un bambino: se è prodotto in Italia sono sicuro che in tutte le fasi della lavorazione sono stati rispettati parametri tali da garantirne la totale sicurezza». Ma non sempre il consumatore che vuole comprare un prodotto nostrano ha vita facile. «Senza altro - commenta il direttore regionale di Coldiretti Elsa Bigai - la nostra grande

E IL MADE IN ITALY? Come le categorie recepiscono il "Prodotto in Italia"

Un marchio di qualità e garanzia

fatica è rendere il mercato trasparente. Per fare un esempio banale, sugli scaffali dei supermercati, nonostante da tempo il ministero delle Politiche agricole abbia emanato l'obbligo di indicazione della provenienza delle olive impiegate nella produzione dell'olio vergine ed extravergine e oltre a questo ci sia l'informazione ben evidente sull'etichetta che riporti an-

La Coldiretti denuncia "Non sempre il mercato è trasparente. L'etichettatura con l'origine deve essere su tutti i prodotti"

che il luogo del frantoio, tutto questo è ancora molto vago. Per questo chiediamo - afferma il direttore - che l'etichettatura con l'origine venga resa obbligatoria su tutti i prodotti: dalle carni alla frutta ai latticini. Sappiamo che ci sono forti pressioni

per bloccare questo processo di progresso che ritengo legato anche ad una forma di democrazia. Credo - conclude Bigai - che oggi questo impegno non sia solo del mondo agricolo. La qualità del prodotto italiano rappresenta un patrimonio che tutti dobbiamo difendere». Di punti di debolezza legati alla contraffazione parla Mario Ulian presidente del Gruppo moda Confcommercio. «La qualità di un prodotto-moda Made in Italy è incontestata, tant'è che viene imitata e contraffatta. Il design, la ricerca e la qualità dei capi italiani non si discutono. È altrettanto vero però che, per difendere i nostri prodotti ci vogliono tutta una serie di norme. Un'altra difficoltà, poi, sta nel far capire come una produzione di un certo tipo si rifletta necessariamente sul prezzo del capo. Infine va ricordato come, nel nostro territorio, la grande distribuzione abbia creato una grande concorrenza che spesso è andata a discapito della qualità del prodotto».

E i consumatori vogliono trasparenza. Come

sottolinea Rita Bertossi presidente di Federconsumatori Udine, «deve esserci trasparenza in tutta la catena, per ogni tipo di prodotto che deve avere una sorta di Carta d'identità. E questo soprattutto nel settore alimentare. In questo momento particolare, il consumatore bada molto al prezzo ma non è che sia indifferente alla qualità e all'origine di quanto acquista. E sa benissimo che quegli alimenti sugli scaffali dell'orto-frutta che arrivano da lontano, subiscono determinati trattamenti. Per non parlare di altri settori dove, dietro la provenienza di alcuni beni, si celano dei veri e propri problemi sociali. Pensando poi ai comportamenti di alcuni produttori che delocalizzano alcune fasi della produzione in Paesi molto poveri, per poi terminare la fabbricazione in Italia per affiggere il pregiato marchio "Made in Italy", vorrei ricordare le parole di chi parlando di economia e finanza, ha detto "Non può essere il reddito l'unico scopo della finanza"».

Anna Casasola

UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:

Giovanni Da Pozzo

Direttore responsabile:

Daniele Damele

Caporedattore

Davide Vicedomini

Editore:

Camera di Commercio di Udine

Via Morpurgo 4 - 33100 Udine

Tel. 0432 273111/519

Progetto grafico:

Colorstudio

Impaginazione/Fotoliti:

Friulimmagine

Stampa:

Editoriale Fvg

Fotoservizi:

Foto Agency Anteprema

Archivio:

C.C.I.A.A. - Anteprema

Per la pubblicità rivolgersi a:

EURONEWS

Tel. 0432 512270-292390-

202813

La tiratura del mese

di marzo 2009, è stata

di 52 mila copie

Cciaa, Api, Università e Fondazione Crup insieme per promuovere la formazione di una rete di imprese

ATTUALITÀ

IL PROGETTO

Diventare "grandi"

L'idea è di mettere in contatto aziende di piccole dimensioni. Allo studio un nuovo modello

Alessandro Cesare

Troppe realtà produttive di piccole dimensioni, che fanno fatica ad affermarsi e soprattutto a svilupparsi. E' la fotografia fatta dal vicepresidente dell'Api di Udine, Marco Simeon, e riferita al sistema economico del Friuli Venezia Giulia. Una situazione che, se non gestita nella giusta maniera, rischia di creare notevoli difficoltà al mondo produttivo regionale. Per questo la Camera di Commercio di Udine, in collaborazione con l'Api e l'Università di Udine, ha messo a punto un percorso per promuovere la formazione di una rete di imprese.

L'idea è quella di mettere in contatto imprese di piccole dimensioni che, collegandosi informalmente tra di loro secondo determinati schemi, possono riuscire ad operare con le logiche e con l'efficacia di una media o grande impresa, diventando, in questo modo, un modello da proporre alla vasta platea delle piccole/piccolissime imprese friulane. Lo studio e la formalizzazione di questo modello è un

Il panorama regionale delle imprese vede una diffusione del "piccolo" ancora troppo ampio rispetto alla tendenza generale

compito che può svolgere l'Università, mettendo a disposizione delle imprese del territorio le proprie competenze. L'iniziativa vedrà come partner la Fondazione Crup e l'impiego di risorse del Fondo può essere stimato in 300 mila euro. A spiegare più nel dettaglio motivazioni ed obiettivi del progetto, è il vicepresidente dell'Api di Udine, Marco Simeon. «Chi l'ha detto che il "piccolo" non è più bello? Una piccola realtà produttiva, nella nostra Regione – ha affermato Simeon – può ancora avere una sua importanza, però il problema è rappresentato dal fatto che il panorama regionale delle imprese vede una diffusione del "piccolo" anco-

ra troppo ampio rispetto alla tendenza generale. Per poter essere efficace infatti, deve esistere un equilibrio tra imprese piccole, medie o grandi, altrimenti di possono creare dei malfunzionamenti nel sistema». Detto in altri termini, in Friuli Venezia Giulia operano troppe piccole imprese, molte delle quali con velleità di crescita sproporzionate per le reali potenzialità. «Ecco perché – ha aggiunto Simeon – è indispensabile, in questo momento, individuare un modello di crescita dimensionale adeguato, capace di non creare scompensi nel processo di sviluppo delle piccole realtà produttive». Per Simeon tale processo deve basarsi essenzialmente su tre fat-

Il processo deve basarsi su tre fattori: l'individuazione delle priorità, la scelta della formula societaria e l'avvio di una sinergia con l'asset regionale



tori: l'individuazione delle priorità, la scelta della formula societaria più adeguata e l'avvio di una sinergia con l'asset regionale, che può svolgere un ruolo di primo piano nell'affiancare le imprese in questo processo di crescita (Friulia, Mediocredito ecc.). Tutte potenzialità che in questo momento, non operano tra loro in maniera unitaria per lo sviluppo delle realtà produttive del territorio. «Sfruttando questo si-

stema – ha commentato ancora Simeon – le piccole imprese, nel medio termine, potrebbero operare come medie imprese, acquistando, ad esempio, maggiori capacità di operare sul mercato internazionale. Ecco perché è nata l'idea di sviluppare, in collaborazione con l'Università di Udine, un modello immediatamente applicabile per la nostra realtà». Come ha messo in evidenza il vicepresidente dell'Api infatti,

cassetti e scrivanie sono pieni di modelli teorici di sviluppo: quello che serve oggi, è un progetto in grado di essere messo in pratica nel momento in cui viene ideato, per ottenere risultati immediati e soprattutto concreti. Il progetto è in fase di elaborazione, con l'identificazione delle strutture che saranno coinvolte e quindi con la stesura di un programma per identificare tempi e metodi della ricerca.

UNIVERSITÀ

Un aiuto all'Ateneo friulano attraverso la dichiarazione dei redditi del 2008

Sostenere i servizi per gli studenti e la ricerca con il 5 per mille

Anche quest'anno è possibile sostenere gratuitamente l'Università di Udine attraverso la dichiarazione dei redditi relativi al 2008, destinando all'Ateneo il "5 per mille" dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (Irpef).

L'adesione a questa iniziativa costituisce un concreto e prezioso contributo al potenziamento dei servizi per gli studenti e del cofinanziamento alla ricerca del nostro Ateneo.

Per destinare il "5 per mille" all'università di Udine basta firmare nel riquadro "Finanziamenti della ricerca scientifica e dell'università", indicando il codice fiscale dell'ateneo – 80014550307 – nell'apposito spazio dei modelli di dichiarazione dei redditi.

L'Università friulana si è da sempre voluta porre come istituzione strategica per lo sviluppo



culturale, scientifico ed economico del territorio, perseguendo con estrema attenzione la valorizzazione economica della ricerca.

In trent'anni ha saputo collocarsi ai livelli nazionali più elevati con riferimento agli indicatori

di trasferimento tecnologico, impegnandosi costantemente in azioni di servizio alla sua comunità di riferimento e di trasferimento dell'innovazione tecnologica alle imprese.

Il portafoglio brevetti ha raggiunto la quota di

58 domande di tutela depositate, di cui 29 commercializzate.

Dal 2002 al 2008 sono 22 le imprese spin off dell'Università. Continua anno dopo anno con grande successo in termini di risultati e di partecipazione la business

plan competition Start Cup del nostro Ateneo. Sono iscritti all'Università di Udine 17 mila studenti e dal 1978 i laureati sono circa 29 mila.

Ad un anno dal conseguimento del titolo il 55,5% dei laureati triennali e il 71,3% dei laureati magistrali dell'Ateneo friulano trova occupazione, a fronte rispettivamente del 47,9% e del 62,2% a livello nazionale (indagine 2008 Alma-Laurea). L'Ateneo di Udine conta 10 Facoltà, 28 Dipartimenti, e dal 2004 è attiva la Scuola Superiore, istituto per l'eccellenza.

L'impegno dell'Ateneo nel campo della ricerca, di base e applicata, è testimoniato da diverse strutture ad alta specializzazione come l'Azienda agraria universitaria, l'Azienda ospedaliero universitaria, e tra gli altri, Friuli Innovazione - Centro di ricerca e di trasferimento tecno-

logico, che dal 2004 gestisce il Parco scientifico e tecnologico di Udine. In termini di ricadute economiche e di crescita sociale dell'intera comunità territoriale, si stima che l'impatto economico riconducibile alla presenza della nostra Università sia di circa 160 milioni di euro all'anno: molto di più del plafond anticrisi destinato alle PMI e messo a disposizione da alcune grandi banche presenti in Regione a inizio 2009.

Tale importo viene annualmente re-immesso nel sistema regionale alimentando la domanda di beni e servizi e quindi dando un costante e significativo impulso all'economia locale. Il risparmio annuale (ovvero i minori costi) di cui le famiglie friulane beneficiano grazie all'opportunità di far laureare i propri figli presso l'Università di Udine si stima in 40 milioni di euro.

A Udine è stata ospitata per la prima volta l'Assemblea delle Fiere italiane



L'EVENTO

Gli attori dello sviluppo

Davide Vicedomini

L'A.E.F.I. (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane), che rappresenta gli interessi del sistema fieristico nazionale con 41 associati tra enti e società e con oltre 1.000 manifestazioni l'anno, si è incontrata alla Fiera di Udine per i lavori dell'Assemblea e del Consiglio Direttivo. Un incontro importante non solo per Udine e Gorizia Fiere che ha ospitato la riunione (la prima tenutasi sino ad oggi in Friuli Venezia Giulia), ma significativo di un'attenzione e di un interesse che l'Associazione nazionale delle Fiere vuole far sentire su tutto il territorio.

Come ha affermato il Presidente dell'A.E.F.I., **Raffaele Cercola**, anche Presidente della Fiera di Napoli, «il sistema nazionale delle fiere sta reagendo con grande managerialità, dinamismo e professionalità agli effetti derivanti dalla crisi economico-finanziaria. Anche il calendario fieristico italiano dell'anno 2009 appare ricco di opportunità. Tuttavia non possiamo ignorare che le difficoltà economiche mondiali potrebbero ripercuotersi sul nostro comparto forse anche nel 2010. L'A.E.F.I. continuerà a fare di tutto perché lo stesso calendario non abbia "defezioni" ma anzi si arricchisca e si qualifichi sempre più».

«Va ricordato – ha commentato il presidente di Udine Gorizia Fiera **Sergio Zanirato** – che il sistema fieristico nazionale conferma la sua leader-

La doppia sfida: "internazionalizzare e non perdere di vista il rapporto con il territorio"



ship continentale nei comparti merceologici dell'abitare-costruire, tecnologie meccaniche, alimentare-agroindustria, salute e ambiente, moda. Settori chiave su cui anche Udine e Gorizia Fiere fa la sua parte sviluppando e consolidando la propria leadership nel settore dell'arredamento-fashion-design con manifestazioni come Casa Moderna, Salone Internazionale della Sedia, MittelModa e del settore agro-alimentare con Agriest e Good. Internazionalizzare, quindi, ma la sfida e il futuro delle Fiere si gioca anche non perdendo di vista, anzi in-

crementandolo, il rapporto con il territorio di riferimento che, nel caso di Udine e Gorizia Fiere, diventa doppiamente strategico per la diversa collocazione delle due location espositive (a Udine e a Gorizia) e per la posizione geografica della nostra Regione a contatto con mercati e opportunità diverse».

Perché le fiere continuano ad essere attrattive e siano ancora un'importante opportunità di sviluppo per l'intero territorio, sia in termini di immagine che di economia, devono far parte integrante di una strategia di sistema e devo-

no "riconvertire" l'attività uscendo da schemi ormai superati e non più rispondenti alle diverse esigenze dell'impresa: su questa linea si muove Udine Gorizia Fiere che, come ricordato dall'Amministratore Delegato **Claudio Gottardo**, si pone l'obiettivo di incrementare la propria offerta di eventi espositivi integrandola a servizi collaterali in grado di coinvolgere espositori ed operatori e di soddisfare le loro richieste di conoscenza del mercato e delle migliori strategie con cui affrontarlo.

Anche il Presidente della Camera di Commercio

di Udine, **Giovanni Da Pozzo**, ha portato il proprio saluto all'Assemblea A.E.F.I. evidenziando che «le fiere sono fondamentali per la promozione e la crescita di ogni tessuto produttivo. Ogni evento fieristico dovrebbe avere una propria utilità e, perciò, siamo convinti che pure nella nostra regione serva metter mano a una necessaria riorganizzazione. Uno degli obiettivi prioritari è legato alla calendarizzazione coordinata per evitare ed eliminare le sovrapposizioni tra le manifestazioni che ogni Ente Fiera organizza annualmente nelle proprie strutture».

AGENDA

I prossimi appuntamenti

A Tutta Birra
(23-26 aprile/30 aprile - 3 maggio) Udine

Expomego
(24 - 26 aprile/1-3 maggio) Gorizia

Computer Fest
(23-24/05) Gorizia

Mittelmoda
(11-12 /09) Gorizia

Casa Moderna
(26/09 - 5/10) Udine

Good
(16-18/10) Udine

Mostra Ornitologica
(24-25/10) Udine

Computer Fest
(7-8/11) Udine

Ideanatale
(13-16/11) Udine

Vinum Loci
(data da definirsi) Gorizia

Innovation
Salone della Conoscenza, delle Idee e dell'Innovazione al servizio delle imprese e il Salone internazionale della Sedia hanno assunto cadenza biennale e saranno calendarizzate nel 2010 con date da destinarsi.

www.udinegoriziafiere.it

L'INTESA

Partnership con la Fiera di Klagenfurt

Interscambi di prodotti e turisti

Promozione dell'agroalimentare, valorizzazione del design e biosostenibilità: si giocano su questi tre fronti i successi della prima Intesa sottoscritta fra Udine e Gorizia Fiere e l'omonima di Klagenfurt, fase due del Protocollo siglato fra le Camere di Commercio della nostra città e del capoluogo carinziano.

«Stringere collaborazioni fruttuose nell'ambito delle eccellenze agroalimentari, del design e dell'ambiente rappresenta la mission specifica del patto», spiega il presidente **Sergio Zanirato** che elenca gli atti concre-



ti che si potranno realizzare: «La prima applicazione sarà data da un pacchetto di offerte comuni: gli espositori austriaci che prenderanno parte alla rassegna Good

avranno a disposizione delle opportunità».

Nell'anno in cui non ci sarà la kermesse Good, in quanto a cadenza biennale, Udine e Gorizia Fiere accompagnerà alcune aziende del settore agroalimentare, quelle meno strutturate, all'interno della fiera Gast.

In un'ottica di partnership forte e in vista del rilancio della fiera udinese di Primavera, è prevista un'ulteriore collaborazione attraverso la presenza di aziende austriache all'appuntamento fieristico primaverile. «La strategia che in questo modo si delineerà sarà quella di valorizzare

i pacchetti turistici e ridare slancio al turismo, visto l'interscambio turistico che si registra nella nostra zona e in quella carinziana».

A tessere le fila di questo macrodisegno è un unico concetto: l'internazionalizzazione, «principio cardine a cui anche la nostra Fiera aderisce guardando all'Europa e al rilancio dei rapporti fra Regioni contermini», precisa il presidente.

Al centro di tutti i discorsi ci saranno i brand della Fiera che guarda ormai sempre più oltreconfine secondo una logica di interscambi in

termini di prodotti e turisti.

Da Agriest e Good verranno messe in risalto le nostre peculiari eccellenze dell'enogastronomia in un contesto più ampio di macroregione rappresentata da Alpe Adria.

Il risultato di questo progetto sarà anche quello di richiamare nuovo pubblico, nell'arco di 400 chilometri circa, che si sposta giornalmente oppure nei week-end.

Non solo parternariati sotto il profilo economico, ma anche valorizzazione della carta turistica e di tutto quanto gli gravita attorno.

«Le basi per concretiz-

zare questo progetto con Klagenfurt erano state gettate – spiega Zanirato – già due anni fa, quando avevamo presentato il nostro calendario fieristico a Klagenfurt.

Poi, il processo di condivisione degli obiettivi ha preso un'accelerazione chiara grazie all'accordo fra le due Camere di Commercio con l'importante supporto dell'ambasciata e dell'I.C.E. di Vienna. In questo senso voglio sottolineare la lungimiranza dimostrata dal presidente Giovanni Da Pozzo che ha sempre spinto per questo tipo di alleanze».

Irene Giurovich

Alla scoperta di un'azienda che conta ormai 800 dipendenti ma nonostante tutto ha mantenuto un modello di tipo familiare

IMPRESE

PULITECNICA FRIULANA

Pulizia certificata

Tra i lavori eseguiti il recupero della facciata di palazzo D'Aronco, nel cuore di Udine

Francesco Cosatti

Pulitecnica friulana, un'industria come una famiglia. E' una delle principali imprese nel settore della pulizia di tutto il Nord Italia, ma alla base resta il modello familiare. Una solida impresa che ormai conta 800 dipendenti, (circa il 70 % donne), tutti regolarmente assunti, e impegnati nei diversi settori: dalle pulizie e manutenzione in ambito industriale, commerciale. Settore pubblico e privato, attività produttive e terziario. Dai cantieri navali alle maggiori realtà industriali del triveneto. E ancora istituti scolastici, piscine, cliniche e strutture per la collettività.

La Pulitecnica Friulana ha inoltre sviluppato un know-how specifico nel trattamento conservativo di facciate storiche, monumenti artistici ed architetture di pregio. Suo il lavoro di recupero della facciata di palazzo D'Aronco nel cuore di Udine. Dal 1983, anno in cui è stata fondata, da Nella Dosso, l'Azienda ha saputo investire bene le sue risorse, fino alla realizzazione della nuova sede di Udine, inaugurata nel marzo 1997 (zona Zau), e all'espansione dell'ambito operativo oltre i confini friulani. Dal 2001 un nuovo impulso all'attività è arrivato dai figli della signora Dosso, Michele e Matteo Di Giusto che hanno ampliato il raggio d'azione e sviluppato nuove sinergie. "Per prima cosa - racconta Michele Di Giusto - bisogna ringraziare chi ha avuto l'idea.



E da chi è partito lo spunto per incominciare. Mia madre, che ha insegnato a mio fratello e a me quali sono le idee guida dell'azienda. Poi dal 2001 attraverso la promozione del nostro lavoro e nuovi importanti clienti, abbiamo aumentato il numero del personale, ma anche mezzi e strutture". Recenti sono le aperture di due nuove sedi operative a Genova e Trento e la sempre più capillare presenza in tutto il Nord e in modo specifico nel Triveneto.

"La nostra Impresa - continua Michele Di Giusto - ha ottenuto la certificazione del Sistema Qualità aziendale sia secondo la norma Uni En Iso 9001:2000 (Vision) sia l'Uni En Iso 14001:2004 (Ambientale). Inoltre siamo in attesa del certificato Etica 8000 sempre certificato Uni En Iso. Nella nostra azienda - continua Di Giusto - le Risorse Umane sono una componente fondamentale: infatti la valorizzazione del perso-

nale permette di migliorare la qualità della vita, che ben risponde poi alle necessità del cantiere per un miglioramento della qualità stessa. Per questo grossa importanza ha la formazione del nostro personale e la sua crescita costante all'interno dell'azienda.

La Pulitecnica Friulana si è inoltre premurata di stipulare un ulteriore contratto assicurativo di "Responsabilità Civile verso terzi" al fine di tutelare maggiormente i suoi Clienti, visto che essa opera negli edifici di loro proprietà. L'Impresa Pulitecnica Friulana S.r.l., consapevole dell'importanza di fornire non solo il Prodotto/Servizio finito, ha sentito l'esigenza di adeguarsi al Sistema Qualità quale punto di riferimento per la consulenza e la personalizzazione delle prestazioni di Servizi forniti a Clienti sempre più esigenti. Questo obiettivo primario è stato raggiunto in anni di lavoro tecnico,

IN CIFRE

Da 25 anni al top

1983	Nascita (da 25 anni, al top nella pulizia e cura di edifici e strutture)
1989	la trasformazione in Srl
1997	la struttura si amplia con la realizzazione del capannone per la nuova sede di Udine in via Croazia
2001	alla guida dell'azienda salgono i figli della signora Dosso, Michele e Matteo
800	i dipendenti
Info	via Croazia 8 Z.A.U. - 33100 Udine www.pulitecnicafriulana.it info@pulitecnicafriulana.it

organizzativo e strutturale svolto all'interno della nostra Impresa da un gruppo di persone professionalmente qualificate, dedicate al Progetto Qualità Aziendale. Il gruppo di progetto che ha curato e seguito l'impostazione e lo sviluppo del Sistema della Qualità Aziendale, è stato assistito e supportato da consulenti di alto livello che hanno permesso un miglioramento globale della qualità dei nostri

servizi.

La Certificazione di Qualità rappresenta il risultato finale di un'attività che ha coinvolto tutta l'Azienda: la qualità è responsabilità di tutti ed ha fatto sì che le azioni quotidianamente svolte, all'interno ed all'esterno dell'impresa stessa, fossero sviluppate in maniera controllata in quanto, solo in tale condizione, è possibile rimuovere il rischio di errore per garantire pie-

namente la qualità dei servizi e delle prestazioni rese. Tutto questo per noi è il risultato di un impegno sempre orientato a migliorare l'intera Impresa, assicurando nel tempo la continuità, lo sviluppo e l'aggiornamento delle prestazioni concepite in linea con le prescrizioni normative e le esigenze della Clientela. Per il nostro Cliente la garanzia di una Qualità costante applicata ed attiva in tutti i settori aziendali.

La Pulitecnica Friulana ha conseguito il riconoscimento di certificazione di Qualità nel luglio 2000 come attestato dai documenti, e ha recentemente superato i test di verifica annuali, previsti per il mantenimento della certificazione. L'organizzazione dell'azienda, è tale da garantire la qualità e la continuità del servizio offerto, nonché l'affidabilità dei suoi operatori: per ciascun lavoro viene studiata una procedura operativa che ottimizzi il servizio, contenendo i costi e mirando al miglior risultato.

CURIOSITÀ

Il Sistema Qualità

L Impresa Pulitecnica Friulana S.r.l., consapevole dell'importanza di fornire non solo il Prodotto/Servizio finito, ha sentito l'esigenza di adeguarsi al Sistema Qualità quale punto di riferimento per la consulenza e la personalizzazione delle prestazioni di Servizi forniti a Clienti sempre più esigenti. Questo obiettivo primario è stato raggiunto in anni di lavoro tecnico, organizzativo e strutturale svolto all'interno della nostra Impresa da un gruppo di persone professionalmente qualificate, dedicate al Progetto Qualità Aziendale. Il gruppo di progetto che ha curato e seguito l'impostazione e lo sviluppo del Sistema della Qualità Aziendale, è stato assistito e supportato da consulenti di alto livello che hanno permesso un miglioramento globale della qualità dei nostri servizi.

MASTRO BOTTAIO Non solo commercializzazione ma anche corsi di formazione

Nella botte "piccola" sta una "grande" azienda

La buona qualità richiede studio, impegno ed intelligenza. E' questo il segreto delle botti della ditta Mastro Bottaio Srl, situata in via Remis Z.I a Nogaredo a S Vito al Torre, una società nata inizialmente nel 1998 a cura e impegno di Cristiano Visintini e che nel 2002 grazie all'entrata di un nuovo socio, Paolo della Libera è diventata MastroBottaio Srl aumentando la sua già nota fama come punto di riferimento nel settore della commercializzazione di botti, ac-

quistate prima in Francia e nella loro manutenzione e barriques. "Il nostro impegno è partito in Francia - racconta la dipendente Angela Todone - dove i titolari di mastrobottaio si sono recati per una lunga permanenza per imparare dal vivo e sul posto la costruzione delle botti e apprendere un'ottimale formazione enologica presso l'università di Bordeaux". Nello specifico la società fornisce una vasta scelta di barili e botti ed è importatrice e distributrice per le tonellerie Vicard e

Cadus. "La nostra produzione è varia e articolata - spiega ancora Angela Todone - e comprende inoltre una vasta gamma di prodotti provenienti dall'Est Europa disponibili in varie essenze. In più la nostra azienda - ha continuato a spiegare la dipendente - offre un servizio di consulenza tecnico specializzata sulla gestione e manutenzione delle botti organizzando periodicamente corsi di formazione per il suo personale". Divertente e significativo è anche il motto dell'azien-

da: niente invano tutto in vino" che pare quasi un buon auspicio, specialmente per noi friulani: "La Mastrobottaio s.r.l. offre la possibilità di realizzare botti su misura - ha raccontato ancora Angela - e a seconda del vino che deve essere contenuto dentro perché noi sappiamo bene il valore di un buon bicchiere, che si ottiene anche attraverso la sua giusta conservazione. Una consulenza ottimale è quella infatti che noi forniamo affinché le botti scelte siano le più adatte



a contenere il vino scelto a seconda delle sue caratteristiche organolettiche". Sempre al fine di garantire una qualità ottimale del prodotto tutti i prodotti commercializzati dalla Mastrobottaio s.r.l. vengono continuamente testati attraverso varie degustazioni fra il personale specializzato e il cliente interessato. "E' importante anche la manutenzione delle botti, barili e di tutti i prodotti dell'azienda -

ha concluso Angela Todone - affinché la qualità di quanto fornito non venga mai alterata e noi, a questo proposito, ci occupiamo anche di fornire e vendere ai clienti tutti i prodotti necessari alla manutenzione e alla pulizia. Ne sono un esempio lo sterilizzatore di barriques dotato di lampada a raggi ultravioletti, dotato di temporizzatore e le varie testine elettriche rotanti".

Valentina Coluccia

Da manutentore di impianti telefonici a gestori di traffico dati: la storia ventennale di un'azienda udinese

IMPRESE

ST NEXT TELECOMUNICATIONS



Comunicare bene a Nordest

Marco Ballico

In uscita da Udine, in viale Tricesimo, lato sinistro della strada, ecco lo stabilimento della ST. Due lettere per riassumere una ventennale attività nel settore delle telecomunicazioni nell'area nordestina. Uno slogan? Con ST cambi il tuo modo di comunicare e di navigare in Internet.

Nasce nel 1988 la ST, racconta Giancarlo Aviano, l'amministratore unico. "Abbiamo iniziato come piccola società di installazione e manutenzione di impianti telefonici - spiega -, ma è dal 1993 che, ingranditi, operiamo sul mercato triestino in maniera omogenea, al punto da contare oggi circa 5mila clienti e 25 dipendenti tra la sede centrale di Udine e le filiali di Pordenone e Marghera".

Che cosa fa la ST? "Vendiamo impianti telefonici e servizi di internetworking - precisa Aviano -: reti, cablaggi, ponti radio, sistemi di videosorveglianza e, negli ultimi anni, siamo diventati anche gestori e operatori di traffico telefonico e dati mettendo in piedi una rete wi-fi per fornire connettività Internet nelle aree non coperte da

Adsl". Un servizio fondamentale, dunque, lì dove i gestori tradizionali non arrivano. E a costi assai competitivi. "Il servizio proposto garantisce l'accesso a Internet tramite connessioni Wireless in modalità Wi-Fi, consentendo di raggiungere anche aree remote, altrimenti non coperte e non raggiungibili dalla banda larga, tramite l'installazione, presso alcuni edifici di un territorio, di una rete di trasporto comunale (dorsale) realizzata con apparati radio punto-punto e una rete d'accesso locale comprensiva

di una serie di apparati (Access Point), per fornire all'utenza la copertura radio in standard Wi-Fi/Hiperlink. La nostra rete radio inoltre - prosegue Aviano - è collegata attraverso una dorsale in fibra ottica direttamente al Mix di Milano, il principale nodo nazionale Internet cui fanno capo tutti gli operatori. Grazie alla banda larga l'accesso a Internet aumenta la sua velocità, giungendo fino a 2 megabit, o più, al secondo (Mbps), ovvero una velocità fino a 40 volte maggiore rispetto alle attuali connessioni ad accesso remoto tramite le linee telefoniche convenzionali. Essendo un tipo di connessione permanente, l'utente privato potrà accedere a Internet con una connessione ad alta

velocità 24 ore al giorno, 7 giorni la settimana, a un costo fisso".

ST è cresciuta per gradi. E poco a poco sono giunte le soddisfazioni. "Costruire il successo dell'azienda - spiega Aviano - ha richiesto un impegno costante, un'attenzione ai bisogni crescenti delle imprese in un panorama di continui mutamenti. L'attuale alto livello di offerta e servizi è il risultato congiunto del nostro lavoro e di quello dei nostri clienti: i loro quesiti, i loro progetti, le loro particolari necessità sono stati per noi uno stimolo fondamentale, che ci ha spinto, e tuttora ci spinge, a cercare l'eccellenza".

La crisi? "Qualche riflesso c'è anche nel nostro settore, ma la qualità del servizio e i costi ridotti, dal 20 al 40% sui costi telefonici, pagano sempre". Non manca nemmeno l'innovazione in casa ST: "Una delle nostre 'invenzioni' sono particolari schede da inserire in alcuni tipi di centrali telefoniche per utilizzare sulle stesse dei servizi evoluti per il settore alberghiero. Più in generale - conclude Aviano - ci proponiamo come partner globale per la realizzazione dell'intera rete di telecomunicazioni aziendali, dimostrando in questi anni di aver saputo adeguare mezzi e strutture all'innovazione e alla necessità delle aziende di comunicare".



L'amministratore unico Giancarlo Aviano

CURIOSITÀ

Le connessioni Voip

Tra gli altri servizi di ST ci sono le connessioni Voip, che permettono di tagliare buona parte dei canoni fissi legati alle utenze/linee telefoniche. "Utilizzare la linea Adsl anche per le comunicazioni voce - spiega l'amministratore unico Giancarlo Aviano -, riduce il numero di linee tradizionali necessarie alle comunicazioni abituali; le tariffe con cui si opera in Voip possono ridurre il costo della propria bolletta telefonica fino al 50%".

Tutto ciò è possibile senza alcun investimento per modifiche sugli impianti telefonici esistenti, mantenendo i numeri telefonici dell'azienda. La qualità della telefonata? "Paragonabile a quella di una normale linea telefonica: basta solo disporre di una connessione Internet a banda larga".

IN CIFRE

3 sedi 5000 clienti

Fondazione	1988
Località	Udine-viale Tricesimo 184/3
Altre sedi	Pordenone-Marghera
Dipendenti	25
Clienti	5mila circa
Telefono	0432 43843
Fax	0432 43609
Numero verde	800.93.93.10
Sito	www.gruppost.it
E-mail	st@gruppost.it

MARMI VRECH

Da quasi 50 anni un punto di riferimento

La bellezza della pietra naturale

Da quasi 50 anni un punto di riferimento del suo settore. Questa è la "Marmi Vrech G. srl", azienda di Cervignano fondata nel 1961 da Giocondo Vrech. Nel corso degli anni, si conferma leader nella fornitura di marmi e graniti, ma anche nella posa in opera specializzata. Dalle pavimentazioni ai rivestimenti, dalle lavorazioni speciali ai progetti di lusso ed elevato standard qualitativo, la Marmi Vrech si distingue per la volontà di diffondere la bellezza della pietra naturale.

L'azienda ha partecipato, nello scorso marzo, al Seatrade di Miami, la principale fiera del comparto crocieristico riservata a operatori e leader del settore cruise e super

yacht. Quali impressioni sono state ricavate? "Occorre - spiega Alessandro Vrech, direttore generale - essere veloci nel cogliere le opportunità che si presentano nel refitting, in attesa di capire come si svilupperà il mercato delle nuove costruzioni na-

Di recente sono state presentate soluzioni applicate al settore navale

vali da crociera a partire dal 2011". Si tratta della prima partecipazione della Marmi Vrech a una fiera così prestigiosa a livello internazionale: "È un

punto di svolta per individuare nuove possibilità di business e partnership in un settore nel quale abbiamo maturato una significativa esperienza". Di recente, infatti, su sollecitazione delle società armatrici sono stati presentati i nuovi progetti: "Si tratta - racconta Riccardo Vrech, della direzione operativa - di soluzioni anti-scivolo per marmi, graniti e ceramiche applicate al settore navale, con relative certificazioni R9 ed R10, ma anche il consolidamento di un'unità speciale di refitting e refurbishment".

La Marmi Vrech è impegnata nella ricerca di soluzioni tecnologiche e commerciali evolute, in maniera tale da essere sempre al passo con i tempi e l'evoluzione del

mercato internazionale. Il suo stabilimento, costruito nel 1976 e ampliato nel 2002 con nuovi macchinari destinati al reparto produzione e finitura, si sviluppa su una superficie di 8 mila metri quadrati. Il punto di forza è la capacità di assistere il cliente dalla fornitura alla posa in opera. La prima fase riguarda la campionatura dei materiali, in cui l'azienda mette a disposizione le sue conoscenze per soddisfare le esigenze di architetti e designers. Inoltre dispone di uffici tecnici e commerciali altamente informatizzati. La professionalità e l'esperienza dei posatori sono in grado di fornire un elevato standard qualitativo non soltanto per la posa di marmi, graniti e ceramiche, ma anche di



L'azienda si distingue nei progetti di lusso ed elevato standard qualitativo

mosaici come Sicis e Bisazza.

Il settore navale sembra essere particolarmente interessante per la Vrech e questa realtà è da vent'anni punto di riferimento di Fincantieri per la posa in opera di marmi, graniti e ceramiche. Oltre alla significativa esperienza nell'ambito dell'arredamento navale, alla fine degli anni 90 si è inserita con successo nel settore dei Luxury ho-

tels, Spa's e Residential. E per il futuro? "È proprio questo il settore in cui, al momento, ci sono margini di crescita molto ampi - afferma Alessandro Vrech -. La vocazione navale rimane il nostro tratto distintivo, ma stiamo lavorando molto su nuovi contatti a livello di contractors, designers e architetti, che operano negli hotels e residenziale di lusso".

Luciano Patat

Nel settore primario il coraggio di cambiare viene spesso premiato: chiusa la stalla si è passati al floating system

IMPRESE

AZIENDA AGRICOLA TONEGUZZO

La rivoluzione è nell'acqua

Oscar Puntel

Dal latte all'insalata. Dalle vacche alle vasche. Non è una stravaganza. E neppure un volo pindarico di Renzo Toneguzzo, simbolo dell'omonima azienda agricola di Zompicchia di Codroipo. La sua è stata una scommessa, un salto oltre quell'acqua che rappresenta parte della sua fortuna. Quando si è accorto che il latte non tirava più – e che da Bruxelles il pressing sulle quote era insostenibile – ha dato un taglio con il passato. Zac. Via le mucche, dentro alle sementi. Chiuse lis grepiis (le mangiatoie, in friulano), ha aperto i rubinetti e steso il polistirolo. Cambiando così linea produttiva. Riqualificando decenni di zootecnia e allevamen-

IN CIFRE

52 ettari di superficie

300.000	Valore complessivo del fatturato dell'Azienda agricola "Renzo Toneguzzo & C". Il dato si riferisce al prodotto lordo vendibile.
20.421,56	Importo dell'investimento per la modifica degli impianti per la coltivazione di piante "arricchite".
52	Ettari di superficie occupati dalle coltivazioni delle piante sull'acqua. Fra i sette e gli otto ettari sono di proprietà dell'azienda codroipese, gli altri vengono presi in affitto.
4	Sono i soci dell'azienda. Oltre a Renzo Toneguzzo, la moglie, il fratello e il nipote Igor, che ha 30 anni e si è specializzato in agraria.

ti, in cinquemila metri quadri di impianti e dieci vasche di verdure. Anno 2006, anno della rivoluzione. E il primo aprile, alla "Toneguzzo", si av-

via ufficialmente un impianto di coltivazione idroponica. Radicchiotto, lattughini, rucola, valerianella, bieta, spinacino, basilico, aneto



e crescioni non spuntano dalla terra. Sgorgano dall'acqua grazie a una speciale tecnica, la "floating system".

La storia dell'azienda comincia con il mezzadro Ernesto Toneguzzo, padre di Renzo, nel 1916. Allevò e coltivò a San Michele al Tagliamento, a Flaibano e Spilimbergo. Ricorda il figlio:

"Dopo il terremoto del 1976 ci siamo stabiliti a Zompicchia di Codroipo, costruendo la stalla nuova. Un ambiente di lavoro che doveva essere al passo con i tempi e che nel 2000 ho rimodernato. Poi mi sono reso conto che era necessario differenziarsi. E differenziarsi voleva dire chiudere con la stalla. Non rendeva".

Fatale è stata la via di Parma. Qui, visitando un'azienda di orticole in acquicoltura, Renzo Toneguzzo ha capito che era possibile quanto meno provarci. Duecento metri quadri di pannelli di polistirolo e pianticelle fluttuanti sull'acqua. "Sperimentavo. Ho cominciato con piante officinali e omeopatiche per gli animali. Quando ho capito che funzionava, ho cercato il mercato". Con il supporto di Coldiretti ha avuto accesso a un finanziamento pubblico, a parziale copertura dei costi delle strutture. Una ventina, le specie in serra. Tre, quelle "di punta": Cicorino (radicchiotto), lat-

tughino e rucola. Altre chicche, su modica scala, vengono fornite a ristoranti friulani.

La nuova sfida, ora, si chiama "Quarta gamma". Significa prodotto completo. Come per le insalate imbustate, formula pronta e servita, l'azienda ha gemmato un'altra impresa: "Gli Orti delle Risorgive srl" (l'investimento per le strutture è stato di 1,7 milioni di euro). Le due sorelle sono inserite in una filiera orgogliosamente local. Tutto in casa: non servirà più andare in altre regioni per stoccare, lavare, confezionare il radicchiotto. "Ridurre il viaggio degli ortaggi per la loro preparazione significa conferirgli un valore aggiunto. Eliminare alcuni passaggi inutili aumenta la qualità finale", spiega Toneguzzo. L'ultimo anello della "catena" è quello distributivo, curato dal Consorzio Latteria di Campoformido che, sfruttando la propria rete, porterà i sacchetti di verdura nei banchi frigo dei supermercati del Nordest.

CURIOSITÀ

Una tecnica babilonese

Si chiama "floating system". Letteralmente, sistema galleggiante, fluttuante. Scientificamente, coltivazione idroponica. È la tecnica con cui l'azienda agricola "Renzo Toneguzzo" di Zompicchia di Codroipo coltiva radicchiotti e lattughini. Le piante vengono fatte crescere in vasche colme d'acqua su pannelli di polistirolo, l'acqua è il vettore delle sostanze nutritive che vengono perfettamente dosate in funzione delle necessità delle piante. Il ciclo degli ortaggi si svolge all'interno di serre che permettono produzioni a ciclo continuo, in ogni periodo dell'anno, sfruttando il microclima ideale al loro sviluppo e limitando in tal modo qualsiasi contaminazione esterna. Le verdure ottenute sono più pulite e prive di residui di terra e, trovandosi in strutture protette, non necessitano di pesticidi. L'acquicoltura è una tecnica molto antica, conosciuta anche dalle civiltà babilonese e azteca. Si concluderà nel 2010 una sperimentazione per la coltura di orticole arricchite di microelementi, sempre attraverso il "floating system", su una superficie di 0,6 ettari.



PRINTER POINT SNC Rigenerazione cartucce in jet e vendita toner

Società leader nei consumabili

Qualità, innovazione, attenzione per il sociale e l'ambiente oltre che un ottimo rapporto qualità-prezzo. Queste le carte vincenti della Printer Point Snc, industria friulana operativa nello sviluppo e nel perfezionamento delle tecniche di rigenerazione delle cartucce in-jet e nella vendita di compatibili e toner. Situata a Talmassons nell'area industrializzata della Bassa Friulana, l'azienda nel mese di giugno taglierà il traguardo del quindicesimo anno di attività. Un percorso scandito da una crescita professionale costante, oltre che da profondi cambiamenti del compar-

to, grazie ai quali ora la Printer Point può vantare una pluriennale esperienza nel settore tanto da collocarsi quale società leader nel campo dei consumabili. "Noi non stiamo risentendo della crisi – spiegano all'unisono i due soci dell'azienda, Ronald Toneatto e Marco Martignelli -, al contrario questo si sta dimostrando per noi un momento favorevole grazie alla nostra capacità di offrire un prodotto di qualità ad un prezzo accessibile, inferiore rispetto a quello praticato dai marchi originali, tanto che – concludono – le proiezioni sul fatturato 2009 prevedono di raggiungere un incremento del 30% rispet-

to al risultato dell'anno passato." I numeri lo confermano: tre stabilimenti per complessivi 3.500 metri quadri di superficie e una forza lavoro di una settantina di dipendenti, compresi anche gli assunti tramite formula interinale. Non solo numeri, però. L'intera attività della Printer Point è inquadrata all'interno di una complessa politica di Responsabilità Sociale d'impresa, perseguita anche tramite la partnership del WWF Italia. In tal senso l'azienda organizza oramai da diversi anni in collaborazione con il WWF una campagna di sensibilizzazione volta alla salvaguardia della natura im-

perniata sulla raccolta di cartucce in-jet e toner da stampa esauste. Raccolta che viene effettuata in oltre 2.000 punti vendita italiani, nell'intento di favorire lo smaltimento differenziato delle cartucce esaurite.

Quanto ai mercati di riferimento, l'azienda della Bassa friulana si rivolge sia al mercato italiano sia a quello estero, rispondendo alle esigenze dei maggiori clienti presenti sul mercato della rigenerazione. Nello specifico il marketing aziendale è rivolto ai grandi distributori di marchi compatibili a quello Oem, come ad esempio Hewlett Packard, Canon, Olivetti,



Uno dei tre stabilimenti della società della Bassa friulana che registra incrementi di fatturato del 30%

Lexmark ed Epson. Una storia aziendale scandita da una continua crescita, si diceva. Nel 2006, infatti, è stata creata una seconda società, la Pint Tek srl, allo scopo di svolgere e migliorare i servizi di distribuzione del prodotto rigenerato e compatibile. Questa seconda società, la Print Tek srl – opera per ora prevalentemente sul territorio nazionale distribuendo cartucce e toner rigenerati e compatibili, rotoli a trasferi-

mento termico e carta fotografica presso la grande distribuzione organizzata (Gdo) e la grande distribuzione specializzata (Gds). Una partnership, quella tra le due società – Printer Point e Print Tek – che guarda oltre il fatturato. La mission svela infatti la consapevolezza del ruolo sociale che l'impresa mira a rivestire: dall'incremento della forza lavoro occupata alla formazione di ogni singolo addetto.

Marina Torrisi

Il web marketing come primo strumento di dialogo verso il consumatore

IMPRESE

WHY GROUP

L'anima del Web

Uno dei cavalli di battaglia è l'attività di posizionamento nei motori di ricerca

Elisabetta Sacchi

Why Group nasce in Friuli nel 2004 come web agency in grado di offrire un servizio globale in ambito internet. Vista l'enorme crescita del settore e le competenze sviluppate, l'agenzia si amplia velocemente: nel 2005 si affianca Why Network, specializzata in consulenza sulla realizzazione di sistemi di reti complesse, mentre è dal 2006 la partecipazione alla genovese B-side, leader italiano nel posizionamento di si-

ti Internet.

Con oltre 600 clienti e più di 1000 siti realizzati, Why Group si è presto affermata in regione come principale player per la comunicazione on-line. Da qui è stato breve il passaggio all'off-line e ad altre forme di comunicazione più concettuali e creative.

Il web rimane però la vera anima dell'agenzia.

“La nostra peculiarità – dice l'amministratore Iginio Virgolin – risiede nell'integrazione di on-line e off-line e nel potenziamen-

to reciproco dei due canali, troppo spesso indipendenti e scollati l'uno dall'altro”.

Il web è ormai una realtà indispensabile con cui tutti ci confrontiamo quotidianamente, cercando un fornitore o prenotando una vacanza. Visto l'affollamento della Rete, per le aziende è dunque fondamentale esserci ed eccellere. Qui interviene il web marketing.

Uno dei cavalli di battaglia di Why Group è l'attività di posizionamento, finalizzata a portare un

sito nelle prime posizioni dei motori di ricerca grazie ad un mix di interventi tecnici e strategie di comunicazione. I vantaggi dello strumento sono svariati: i motori raggiungono un'audience sempre più vasta, sono un canale pubblicitario non intrusivo (chi li utilizza è fortemente motivato) e permettono la completa misurazione dei risultati.

“L'attività di posizionamento – ci spiega Virgolin – è però sempre più articolata: non sono più sufficienti le competenze tecniche relative per esempio agli algoritmi, ma è necessario produrre contenuti che attirino un numero crescente di link e di visitatori/consumatori grazie alla qualità de temi e delle iniziative proposte. E' per questo che recentemente ci siamo aperti al web content management, alle digital PR e all'integrazione di aree press on line che affianchino i nostri uffici stampa”.

Per queste attività è necessario affidarsi a dei professionisti: Why Group è infatti una delle uniche aziende del settore in grado di garantire contrattualmente i risultati, assicurando al cliente il posizionamento di almeno il 40% delle parole chiave da lui scelte all'interno della prima pagina di Google.



L'amministratore delegato Iginio Virgolin

CURIOSITÀ

Un ricco portfolio di clienti

Why Group vanta uno dei portfolii più ricchi presenti in regione. Accanto ad alcuni nomi internazionali (Fibo Group, Perles Merkur o Furnital), l'agenzia ha scelto di dedicarsi in prevalenza a clienti regionali. Si spazia dai vini (La Delizia, Isidoro Polencic, Blason) alla nautica (2 emme marine), dai servizi (Mediawall, Paludet, Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Udine) alla moda e tempo libero (Modiano, Musical Box, VisionAdria), dall'arredamento edilizia (Oceano Piscine, Arreghini, Pietrantiche, Riva Costruzioni, De Zotti, Cofeal, Tecno Serre) all'IT (Tecnomaster, iDowell, Multilink). Ma il fiore all'occhiello è rappresentato dal turismo, con decine di clienti (agenzie, alberghi, e circuiti) tra i più importanti del settore. Tra questi, Bed&Breakfast FVG, Progetto Staff, Nuova Oasi Viaggi, Hotel Grado.



IN CIFRE

Più di 1000 siti realizzati

N. addetti	15
Anno di nascita	2004
Mq	200
N. clienti	600
Fatturato	900 mila euro

Riferimenti: Why Group
Via Bachelet 5/c - 33050
Bagnaria Arsa (Ud)
Tel: +39 0432 924799
Fax: +39 0432 932406
info@whygroup.it
www.whygroup.it

VERSO SRL

Punto di riferimento per le sedie e le poltrone

Un universo di idee

Da tre anni sul mercato, Verso srl si è affermata nella produzione e commercializzazione di sedie e poltrone, fatturando nel 2008 1,3 milioni di euro.

Fornisce principalmente sedie, poltrone e complementi arredo per l'ufficio, per la casa e per l'arredamento di alberghi, locali pubblici ed ambiti di comunità.

Azienda friulana, fa del Made in Friuli un suo must operativo: anche le lavorazioni esternalizzate dall'azienda vengono effettuate all'interno del distretto industriale del Triangolo della Sedia.

Titolari dell'azienda, che conta su due impiegati amministrativi e tre figure commerciali, sono i fratelli Ramon e Nicola Baron, provenienti da differenti esperienze professionali che trovano all'interno dell'azienda un connubio vincente.

Nonostante il Triangolo sia dato da tanti per spacciato, questa piccola azienda dimostra il contrario: “Manzano non è morta”, dichiara Ramon Baron, “si sta solo rivoluzionando; ci sono aziende che producono utile, e noi, nel piccolo, possiamo essere uno di questi esempi”.

Serbia, Slovenia, Spagna, Olanda e Romania sono i principali mercati

Ci sono aziende che crescono puntando su idee nuove, design vincenti e qualità difficile da copiare, aziende che competono per design, tecnologia e qualità, ri-

ferendosi al target medio-alto, e questo è il caso nostro.

La competizione con la bassa qualità e le grandi quantità è persa a priori: la Cina è imbattibile da questo punto di vista”.

L'export vale il 60% del giro d'affari di Verso srl: Serbia, Slovenia, Spagna, Olanda e Romania sono i principali mercati di riferimento; l'Est Europa contribuisce per il 30%.

“Siamo fortemente informatizzati, riuscendo così ad abbattere i costi, a personalizzare il nostro prodotto in tempi brevi e ad effettuare la consegna anche solo dopo due o tre giorni dall'ordine”.

Prediligiamo le forniture dirette ad alberghi, uffici e ristoranti, di sedie e complementi d'arredo come pouff, tavolini, sgabelli, lampade ed accessori.

Il legno sta momentaneamente segnando il

passo, a vantaggio del metallo: è una questione di moda, semplicemente; sta tornando in auge l'imbottito, soprattutto nel settore alberghiero.

Lavoriamo bene con l'Estero anche perché ci sono, paradossalmente, più garanzie: solo in Italia si ritarda nei pagamenti, è quasi una moda...

Avvertiamo anche noi una sensibile diminuzione delle commesse: il mercato non chiede e pare essere saturo. Il 2009 segnerà un sicuro calo ma, percependo già ora qualche timido segnale di ripresa, siamo ottimisti per l'immediato futuro.

Inoltre, tra un mese apriremo il nostro negozio ad Udine, ove esporremo il nostro marchio assieme ad altre tre importanti aziende italiane.”

Tommaso Botto



A Udine un centro dove si pratica l'antico massaggio thailandese

DONNE IMPRENDITRICI

SUSANNA TRACOGNA

L'oasi del benessere

I terapeuti vengono selezionati fra i maestri diplomati negli istituti di Bangkok

Raffaella Mestroni

Per lavoro viaggia continuamente, e l'idea di aprire a Udine il "Thai Su Wellness", un centro di benessere dove si pratica l'antico massaggio thailandese, le è venuta proprio dal suo peregrinare per il mondo. "Negli alberghi di un certo livello all'estero, - spiega Susanna Tracogna, la titolare - questa tecnica è parte integrante dei servizi di wellness a disposizione dei clienti.

Ovviamente io, che accumulo stanchezza ma



Il centro è stato inaugurato a febbraio di quest'anno, si trova in via Selvuzzis 45, a Udine, in località Partidor

devo essere sempre energica e lucida, ne approfitto sempre. Per questo ho pensato che era un progetto importabile in Friuli Venezia Giulia e dopo aver fatto una seria indagine di mercato, ho deciso che potevo provare". Ha lavorato instancabilmente, sacrificando tutto il tempo libero, "stac-

chi" compresi, sostenuta da mamma Luciana, imprenditrice nata, visto che gestisce ben due attività. La tenacia delle donne ha fatto il resto.

Il "Thai Su Wellness", inaugurato a febbraio di quest'anno, si trova in via Selvuzzis 45, a Udine, in località Partidor. Attiguo a una palestra dove si praticano ginnastica dolce e Pilates, non ha nulla da spartire con i centri di bellezza tradizionali. Il luogo è tranquillo, dotato di parcheggio, lontano dal traffico e dai rumori della vita quotidiana, per offrire al cliente il massimo livello di confort fin dall'arrivo. Ma la vera sorpresa è l'interno: tutto, dall'illumi-

Aperto fino alle 22, sabato e domenica compresi, chiude in un giorno infrasettimanale: il martedì

nazione all'arredamento, dalla musica ai profumi, è stato studiato per ricreare fedelmente l'ambiente thailandese. Allestito dalla Nilo srl, azienda di Scandiano (Re) leader nel settore dell'arredamento per centri di benessere orientati, lo spazio è stato strutturato secondo la mentalità thailandese, che consi-

CURIOSITÀ

Il "Nuad Bo-rarn"

Il massaggio tradizionale thailandese ha una tradizione secolare, che risale a più di 2 mila e 500 anni fa. Si basa sul principio secondo il quale ogni malessere si manifesta quando insorge uno squilibrio tra il corpo e la mente. L'antico massaggio "Nuad Bo-rarn", che prende spunto dai concetti della medicina tradizionale cinese e della medicina indiana ayurvedica, arricchite da elementi yoga, aumenta l'attività vascolare e stimola la liberazione delle tossine dalle cellule, oltre a liberare l'energia bloccata. Adatta specialmente agli atleti che praticano discipline aerobiche come la corsa, il ciclismo, il calcio, questa tecnica di massaggio contribuisce a ridurre il tempo di recupero, rilassando il fisico ma lasciando la mente sveglia e attiva. Indicato anche per persone che soffrono di insonnia o depressione.

dera l'arte del massaggio un mezzo per raggiungere il relax e il benessere, elementi indispensabili per mantenersi in salute.

"La cosa più difficile - sottolinea Susanna - è stata quella di reperire terapeuti thailandesi dall'elevata professionalità. Un grandissimo aiuto l'ho ricevuto da Oratay, la responsabile del centro. L'avevo conosciuta molti anni fa, durante un soggiorno in un hotel di Portorose. Negli anni siamo diventate amiche e quando le ho parlato del mio progetto, non è stato difficile convincerla a entrare a far parte dello staff. Si è trasferita di buon grado a Udine, portando in dote

un'esperienza decennale e una capacità non comune di rapportarsi al cliente italiano. Seria e molto professionale, si è subito ambientata diventando la colonna del centro". I terapeuti vengono selezionati fra i maestri del massaggio thailandese diplomati negli istituti Wat Pho di Bangkok, Shiwan-go Komarpaj Hospital di Chiang Mai e nell'Institute of Tai massage sempre di Bangkok. Piuttosto lunga e complessa la documentazione necessaria per l'ingresso in Italia, cosa che ha un poco rallentato il completamento dello staff. "Chi si rivolge al nostro centro - precisa Susanna - sono persone

dai ritmi di lavoro molto sostenuti, manager, professionisti, sportivi e quindi fin dall'inizio ho pensato che l'orario doveva essere strutturato in modo da consentire la massima flessibilità. Aperto fino alle 22, sabato e domenica compresi, chiude in un giorno infrasettimanale: il martedì". Per ora Susanna non ha intenzione di abbandonare la sua attività principale, perché sa di poter contare su una squadra perfettamente organizzata e molto motivata, ma per il futuro non esclude nulla. "E' vero che io parto sempre - afferma ridendo - ma torno anche sempre, quindi... mai dire mai".

EDITORIA

"Dalla polenta al prosciutto"

Una escursione dalla Stiria al Friuli Venezia Giulia

Un grande libro, grande per il formato, per le belle e grandi immagini, le descrizioni e per le 367 pagine tutte a colori. Un viaggio nella nostra regione, una escursione che parte dal sud della Stiria per arrivare al Friuli Venezia Giulia.

Poche altre regioni in Italia - si mette più volte in evidenza nel prestigioso volume - possono vantare una varietà così concentrata in uno spazio così ristretto. Quando in Austria di parla di Friuli, si intende solitamente la regione, situata all'estremo nord est dell'Italia, che si estende da Trieste fino a Pordenone, passando per Udine e spingendosi verso nord, fino a raggiungere il confine con l'Austria.

Nel libro si fa una escursione culinaria, con i suoi risvolti economici, turistici e culturali, com-

prendendo un territorio dalle caratteristiche particolari in grado di offrire prodotti particolari. Il discorso risulta nuovo perché si comincia prima a tratteggiare le caratteristiche della Stiria, delle sue realtà produttive, delle condizioni naturali, partendo dall'economia lattiero - casearia e dell'allevamento del bestiame da latte, caratteristici dell'Alta Stiria, per parlare poi della Stiria del sud che, con il suo clima più mite, crea condizioni ottimali per la coltivazione del mais e per l'allevamento del maiale.

Due realtà geografiche, la Stiria e il Friuli Venezia Giulia, a confronto con più di una affinità. Ed è questa la caratteristica della pubblicazione, firmata da Peter Rampacher, che immagina, anzi lo ha fatto senz'altro più volte, di intraprendere

un viaggio tra la Stiria del Sud ed il Friuli mostrandoci le similitudini e le affinità di queste due regioni.

Ed è appunto qui che il libro diventa un documento per due zone che, pur se appartenenti a due

nazioni di lingua, usi e costumi diversi, risultano simili per cultura e tradizioni. Rampacher è un geologo e, come tale, ama andare in profondità nelle cose che segue. Ed è anche un bravo acquerellista e sue sono le immagini del

volume

"Conosce la Stiria ed il Friuli Venezia Giulia - scrive nella prefazione Josef Parente, direttore dell'Ersa - come pochi. I produttori e i ristoratori, i vini, i prodotti descritti non sono necessariamente i migliori in assoluto. Sono i migliori per lui". Ed è questa la caratteristica del viaggiatore Rampacher che si lascia incantare dalle ... rarità che incontra lungo il cammino e se ne innamora a tal punto da ritenerle insuperabili.

I prodotti della terra, le "delikatessen" sono visti come fonte prima di tutto di gusto non disgiunto però dal fatto economico perché tutto diventa fonte di reddito, può contribuire a portare avanti l'economia e a garantire lavoro a chi partecipa alla produzione. "Dalla polenta al prosciutto" non è dun-



dalla Polenta al Prosciutto



Un impianto per la distillazione della grappa

que un libro puramente enogastronomico perché si tiene conto anche della quantità della produzione, della qualità e del mercato cui questi prodotti sono rivolti. Quello che è più interessante è che l'argomento è visto da un profondo, curioso ed esperto conoscitore che fa risaltare tutta la gamma dei prodotti compresi tra la tradizionale polenta e i raffinati prosciutti, quello di Sauris, di San Daniele, di Cormons, quelli delle famiglie Fink di Riegersburg e Kollar di Deutschlandsberg e quello di Auersbach, piccola località nel cuore della regione vulcanica della Stiria orientale.

Silvano Bertossi

Le visite del Presidente Da Pozzo diventano sempre più momenti d'incontro per discutere dello scenario economico attuale

SPECIALE CRISI

LE TAPPE

Una lettura della crisi attraverso le testimonianze degli imprenditori locali: dalla Fantoni alla Pittini passando per la Sclusa e Target

Chiara Pippo

Leggere la crisi attraverso le testimonianze di chi opera quotidianamente su un mercato mai così complesso e imprevedibile.

Ascoltando, cioè, la voce degli imprenditori, analizzando il "sentiment" relativo ai possibili scenari, mettendo in pratica proposte operative per far fronte a questo momento. Subito. Senza esitazioni.

L'iniziativa è di una Camera di Commercio che vuole essere sempre più vicina alle aziende che rappresenta e tutela, linfa vitale dell'economia della comunità friulana e non solo.

"Non solo" perché la crisi non parte da qui e qui non si ferma, ma colpisce tutti. Assume dunque nuova connotazione il viaggio tra le

so in campo il suo impegno. Impegno che, oltre che con gruppi di lavoro interni ai Comitati creati appositamente nella struttura camerale, si è concretizzato anche in interventi specifici, bandi e finanziamenti di progetti per l'economia del territorio per più di 2 milioni di euro.

Oltre che in un nuovo modo, più concreto, di interpretare la realtà economica. Si tratta di una nuova modalità di lettura dei dati economici: ci sono i tradizionali rapporti "a posteriori", ma anche un'indagine campionaria in cui le cifre emergono dalla voce diretta degli imprenditori.

Una vera e propria analisi del sentiment, focalizzata su legno-arredo, meccanica, com-



Renato Antoniacomi, titolare della Target, con il presidente Da Pozzo

aziende del presidente Giovanni Da Pozzo: le tappe diventano momenti d'incontro per discutere con gli imprenditori, per trovare, insieme, le possibili proposte per risollevare l'economia. Si è partiti dalla **Fantoni** e dalla **Pittini** di Osoppo, si è giunti quindi dall'azienda agricola **La Sclusa** e alla **Target** di Forni di Sotto.

Quattro realtà diverse, ma significative, con cui il presidente ha confrontato le proprie idee e sviluppato suggerimenti per l'immediato e il futuro.

Il cammino non parte però ora: fin dai primi segnali di crisi, la Cciao di Udine ha mes-

mercio, alberghi e ristorazione. Indagine che ogni trimestre dà conto dell'andamento reale delle attività produttive e delle aspettative.

E che si basa su un campione consistente, che ha rivelato una sostanziale situazione di difficoltà, con il 49% delle intervistate con diminuzioni di fatturato, un 48% con diminuzione della produzione, un generale stallo negli investimenti (l'83% non ne ha fatti). E carenza della domanda (51% delle intervistate), specie alberghi e ristorazione (70%) e legno-arredo (62%); elevati costi energetici (42%); ritardo nei pagamenti (38%).

LE INTERVISTE

Irap, Confidi, energia: ecco le ricette

"Rimboccarsi le maniche... concretamente"

Li presidente Da Pozzo è dapprima andato alla Fantoni Spa, dove ha ascoltato il consigliere delegato Giovanni Fantoni, in un incontro in cui l'imprenditore ha presentato un quadro complesso, caratterizzato da un calo delle vendite significativo, in linea con le percentuali del comparto. Secondo Fantoni, la crisi è aggravata da un clima di sfiducia diffusa. «Noi siamo consci della gravità della situazione - ha detto - . Vogliamo che lo sia anche la politica. E non per creare ulteriore sfiducia o allarme, ma perché solo la consapevolezza del problema può aiutare le istituzioni a capire che ci si deve rimboccare le maniche. In fretta e con concretezza». Concrete sono state infatti le proposte di Fantoni: «In Regione - ha detto - c'è un fondo consistente per l'abbattimento dell'Irap. Ci vorrebbe un intervento urgente, che riporti questo denaro, circa 50-60 milioni di euro, a rifluire alle aziende, stabilendo però dei criteri affinché a beneficiarne siano le imprese che stanno facendo il massimo sforzo per mantenere l'occupazione». Oltre alla proposta sull'Irap, Fantoni ha anche suggerito di rivedere i criteri della l. r. 4/2005, aggiornandoli e rendendo gli obiettivi "raggiungibili" compatibilmente alla mutata situazione economica, e ha pure parlato del sistema credito, come vero punto nodale di questo momento, per cui andrebbe valorizzato il ruolo del Confidi, «specie pensando che quelli friulani - sono ai primissimi livelli in Italia».

Anche Federico Pittini, ad del Gruppo di famiglia, ha parlato di una situazione di difficoltà generalizzata. «La siderurgia - ha detto - è stata colpita pesantemente. Quanto ai consumi, la frenata è stata molto sottovalutata. Per rendersi conto della situazione, è sufficiente andare in auto fino a Milano e vedere quanti colossi dell'economia italiana sono fermi». Pittini, sottolineando come «sarà necessità di tutti e a tutti

i livelli stringere la cinghia, ottimizzare e razionalizzare», ha puntato il dito su «problemi annosi, che ora vanno risolti senza esitazioni». In primis, «le difficoltà, esclusivamente italiane, a importare il rottame, materia prima che alimenta i forni elettrici delle acciaierie. Nel mondo è considerato materiale strategico, solo in Italia è trattato come un rifiuto, con la burocrazia che ne consegue».

La burocrazia, quindi, ma pure più utilizzo di strumenti finanziari a sostegno della liquidità, perché la stretta cre-



dente del Co.vi.Q., organo che si occupa dei controlli di filiera, seguendo 450 aziende in provincia di Udine su tutte le produzioni Doc e Docg.

«Certo - ha spiegato - anche su di noi si sono riversati gli effetti della crisi globale. C'è una flessione dei consumi e, tra l'altro, per noi è fondamentale l'export». Nonostante un sistema economico in contrazione, Zorzettig è moderatamente fiducioso. «Abbiamo appena terminato il Vinitaly - ha detto - e i risultati sono stati migliori delle aspettative. Si sta dimostrando vincente il fatto che la produzione vinicola regionale abbia sempre puntato su mercati di nicchia, rivolti soprattutto ai bianchi. Essendo poi il vino un prodotto fortemente legato al territorio, oltre a promuovere la sua qualità promuove quella della nostra terra, con benefici per tanti comparti dell'economia locale. Esempio è il caso del Friulano». Attraverso l'ottima collaborazione con la Camera di Commercio e i vari Consorzi, «stiamo organizzando manifestazioni, in Italia e in Europa, per promuovere questo "sistema ga-

ranza di qualità».

Dalle grandi industrie a un'azienda più piccola, uno dei fiori all'occhiello della montagna: la Target di Forni di Sotto, impresa che produce e commercializza in Europa - una delle pochissime rimaste - montature per occhiali da sole e da vista. E che, lavorando principalmente per Safilo, si trova ora (la gravità della situazione occupazionale è sotto gli occhi di tutti) in grossissime difficoltà e senza alcuna tutela. Dalla Target, l'appello a una maggior salvaguardia del Made in Italy. Di un Made in Italy effettivo, che tuteli «il lavoro italiano e il prodotto fatto dalle imprese che operano qui e contribuiscono qui all'occupazione e all'economia - ha detto il titolare, Renato Antoniacomi -.

La stragrande maggioranza della produzione, invece, avviene da qualche anno in Cina, con differenze di costi e qualità abissali e regole diverse, che sbilanciano drammaticamente la competizione. Il manifatturiero - ha rimarcato - è stato il vanto della nostra economia, ma è stato sacrificato sull'altare della globalizzazione, inseguendo l'opportunità del mercato orientale, ma di fatto generando fallimenti e disoccupazione in Italia. La classe politica deve motivare queste scelte e assumersene la responsabilità». Dalla difficoltà è nata però un'idea. Promuovere il proprio prodotto: linea tutta italiana, "griffata" a Forni di Sotto, con occhiali di qualità ma a prezzi concorrenziali, secondo quel criterio di ragionevolezza che tutti invocano, ora, specie i clienti finali.



A sei mesi circa dalla sua nomina il presidente della Fondazione Crup traccia un primo bilancio delle attività

SPECIALE CRISI

L'INTERVISTA

Sostegni "mirati"

Meno risorse a disposizione nel 2009. Occorre quindi puntare sulle sinergie e sulle eccellenze

Alberto Rochira

“La crisi in atto impone di rafforzare le sinergie e di puntare sulle eccellenze”. Così il presidente della Fondazione Crup, Lionello D'Agostini, che a sei mesi circa dalla sua nomina e a pochi giorni dal consiglio di fine

Quest'anno verranno erogati circa 4 milioni di euro in meno rispetto al 2008 a causa del mancato ricevimento dei dividendi della prima partecipata, Intesa San Paolo



aprile, traccia un bilancio delle attività svolte dalla Fondazione dalla sua nascita, nel 1992, e ne ho attraversato le diverse fasi ricoprendo diversi incarichi, tra cui quello di segretario generale e di direttore. Si tratta, dunque, di un'eredità importante e complessa, ma tutti i problemi irrisolti rappresentano la sfida. Ci sarà continuità nell'affrontarli”.

La Fondazione, però, sta vivendo anche un nuovo slancio. “Sicuramente. Basti pensare che due terzi

dei consiglieri sono nuovi. Questo porta entusiasmo e idee inedite all'interno della continuità”.

Dal suo osservatorio, come vede la crisi attuale?

“Dai dati forniti dalle categorie economiche principali, industria, commercio, agricoltura, è indubbio che i settori produttivi stanno vivendo un forte rallentamento. Ma come accade per le riprese, anche nella crisi il Friuli arriva sempre con un po' di ritardo. E' stata, dunque, un po' attuti-

ta. Si sono percepiti i segnali premonitori e si è provveduto ad approntare qualche minima difesa. E poi le situazioni di crisi più acute, come Caffaro e Safilo, hanno radici fuori dal Friuli, mentre il tessuto delle nostre pmi, pur con un calo degli ordini e della produttività, ha resistito meglio”.

In questo contesto, qual è il ruolo della Fondazione?

“Il fenomeno violento della crisi ovviamente non ci lascia indifferenti.

Anzi, ne siamo colpiti direttamente. Quest'anno non riceveremo i dividendi della nostra prima partecipata, Intesa San Paolo, e quindi non abbiamo risorse da distribuire sul territorio. Tecnicamente sarebbe così, dunque un fatto grave. Tuttavia, sia il consiglio che ha chiuso il suo mandato il 31 dicembre scorso, sia quello in carica, hanno confermato l'intendimento di non interrompere i rapporti con il territorio e con le istituzioni. Non ci sarà alcuna chiusura dei rubinetti, per così dire, anche se saremo costretti a ridurre le nostre erogazioni, attingendo dalle riserve, fondi accantonati un po' alla volta”.

Di quanto saranno ridotte le erogazioni?

“A sostegno del territorio delle province di Udine e Pordenone nel 2008 abbiamo erogato 13,5 milioni di euro, mentre nel 2009 pensiamo di attestarci sui 9 milioni. Una diminuzione consistente, ma che ci consente di mantenere un legame con il territorio, le sue istituzioni e le tante associazioni”.

Tornando alla crisi, il Friuli ce la farà a uscirne?

“Il Friuli, come nel terremoto del 1976, di fronte alle difficoltà si rimbocca subito le maniche. Quindi le imprese non si siedono. ma si danno da fare

per trovare soluzioni nuove e alternative. Penso alle nostre grandi aziende, ma anche al sistema delle pmi, la rete più vasta, ramificata e vitale”.

Meno risorse, dunque, ma più energia progettuale?

“Con minori risorse, paradossalmente si è obbligati a cercare sinergie per lavorare meglio insieme. Quando le risorse mancano, si deve stare molto più attenti nell'allocarle. La crisi ci obbliga a sostenere le eccellenze del sistema. Un esempio? L'università di Udine. Mentre prima la Fondazione sosteneva un po' tutte le attività, ora di concerto con il rettore Cristiana Compagno si è fatto un accordo per individuare i segmenti fondamentali e d'eccellenza, come l'internazionalizzazione, la ricerca, l'alta specializzazione”.



COUNSELING THEATRE

Primo progetto permanente in Italia

L'impresa si fa teatro

Al Teatro S. Giorgio di Udine è stato presentato, giovedì 16 aprile, Counseling Theatre il primo progetto permanente in Italia di Teatro d'Impresa per lo sviluppo organizzativo e la valorizzazione delle risorse umane, ideato da DOF Counseling Consulting Company e CSS Teatro stabile di innovazione del FVG con la partnership di LegaCoop Friuli Venezia Giulia e Enaip.

Nello spazio teatrale del CSS, appositamente allestito con postazioni pensate per accogliere tutti gli ospiti in forma personalizzata, gli ideatori del Progetto, Alessandro Rinaldi (Direttore DOF) e Patrizia Minen (Vice-Presidente CSS) hanno illustrato i nuovi percorsi e l'innovativa formula del Teatro d'Impresa. Per i partner dell'iniziativa sono interve-

nuti Lorenzo Cargnelutti, responsabile formazione di Lega Coop e Paolo Fiorillo, Direttore Generale di Enaip Friuli Venezia Giulia. A portare i saluti dell'amministrazione comunale il vice sindaco Enzo Martines.

Il Teatro d'impresa rappresenta una metodologia innovativa per lo sviluppo delle persone e delle organizzazioni

Il Teatro d'Impresa rappresenta una metodologia innovativa, diffusa a livello internazionale, per lo sviluppo delle persone e delle organizza-

zioni. Indirizzato e messo a disposizione dei contesti aziendali e di impresa, con le sue tecniche e le sue dinamiche relazionali, il teatro esercita una delle sue funzioni dalle radici più antiche: essere lo specchio di una collettività che trova una via di crescita e di evoluzione nello spazio della rappresentazione, che intuisce le sue potenzialità e le sue sfide attraverso uno sguardo condiviso. In questo progetto il teatro irrompe nello spazio di innovazione delle organizzazioni per diventare un validissimo strumento di crescita delle persone e di valorizzazione del talento.

CSS Teatro stabile d'innovazione del Friuli Venezia Giulia e Dof Consulting, gruppo di formazione manageriale e ricerca sperimentale, con il supporto di LegaCoop

Friuli Venezia Giulia e di Enaip Friuli Venezia Giulia, hanno dato vita al progetto "Counseling Theatre" per portare in Regione, per la prima volta in modo sistematico, un percorso permanente di Teatro d'Impresa.

Tra i partner anche la Legacoop

Attraverso la disponibilità e le competenze dei quattro partner, le organizzazioni del mondo del lavoro che vorranno intraprendere un percorso di Counseling Theatre avranno la possibilità di essere accompagnate in scena "passo dopo passo": attraverso la disponibilità di uno spazio teatrale vero e di grande sugge-



stione come il Teatro S. Giorgio di Udine, attraverso il supporto metodologico e creativo, attraverso l'individuazione di azioni di sostegno e di finanziamento per facilitare la creazione di progetti innovativi e centrati sulle necessità e le caratteristiche d'impresa.

Il progetto Counseling Theatre prevede l'attivazione di momenti di formazione e consulenza, per consentire alle organizzazioni di lavorare su diverse tematiche di alto valore strategico e di raggiungere obiettivi innovativi: sperimentare uno

dei metodi più potenti e coinvolgenti per il team-building e la valorizzazione del talento nell'organizzazione; acquisire un modello di formazione comportamentale innovativa e coinvolgente sempre più utilizzato a livello internazionale nell'ambito della sicurezza negli ambienti di lavoro; partecipare a un laboratorio di ricerca permanente sullo sviluppo delle persone e delle organizzazioni attraverso percorsi di formazione e momenti di confronto con altre realtà di livello internazionale.

Un incontro organizzato a Manzano con gli operatori del Distretto fa indurre all'ottimismo

SEDIA

LA SITUAZIONE

Prove di rilancio

I fatturati di marzo sono in risalita. E le iniziative non mancano

Paola Treppo

La crisi nel settore del mobile esiste e si è fatta sentire in tutto il Friuli. Non solo negli ultimi anni, con una perdita di posti di lavoro stimata in 3mila occupati, ma specialmente negli ultimi mesi, a partire dal rientro dalle ferie estive del 2009. "Di recente, tuttavia - dice Renato De Sabata, presidente Asdi Sedia -, anche parlando con alcuni imprenditori del Distretto nel corso della serata dell'Antico Foleodor di Manzano, si registrano dei timidi ma significativi segnali di miglioramento.

I fatturati di marzo inducono a pensare positivo e si vedono più camion girare. Quando, in passato, sono venute a mancare le grandi aziende leader, che erano sette, otto, tutte le terziste hanno patito molto. Le fabbriche di buona dimensione davano lavoro a molte realtà minori che hanno subito, di conseguenza, un ridimensionamento fortissimo". Parecchie ditte, specialmente quelle a conduzione familiare, sono state costrette a chiudere e lo hanno fatto in silenzio, spesso senza possibilità di ri-



correre ad ammortizzatori sociali efficaci. Come si può uscire, adesso, da questa marcata fase di recessione? "Si tratta di un problema complesso, che non dipende da noi - dice De Sabata -.

Eravamo abituati a operare sul mercato favoriti dall'inflazione della lira e dalla svalutazione. Se, cioè, prima dell'avvento della moneta unica, un americano pagava una sedia 100 mila lire, adesso la paga 80 dollari ma i costi sono arrivati a anche 120-130 dollari. Così, con l'ingresso

in area euro, i prodotti realizzati del Distretto sono andati fuori mercato". Anche chi ha investito in ricerca puntando sul design, ora soffre. "Oggi siamo costretti a fare quello che chiede il mercato. Purtroppo, anche guardando il bilancio di chi fa mobile di grande qualità, non si vedono significative differenze in positivo". Sul fronte cinese nel Distretto, De Sabata è chiaro: "Il primo comandamento da rispettare è quello della legalità: credo sia giusto dare spazio a chi vuole venire

a lavorare nel nostro territorio. Il problema locale, in sostanza, è lo stesso che si registra sul fronte nazionale.

I cinesi, qui da noi, fanno un certo tipo di lavorazione a basso costo mentre, altrove, negli altri Stati come quelli americani, vendono la sedia intera. Non dico che il cinese a Manzano è positivo, dico che in tempi come questi, dove è necessario fare economia, una lavorazione a prezzo inferiore e concorrenziale può anche aiutare il Pil generale".

LA PROPOSTA

Asdi

"I fondi del Distretto convogliati nelle fabbriche"

Cosa possono fare gli enti istituzionali per aiutare il comparto che registra sempre più "vittime" e ma che non vuole morire? "So che la mia proposta non è fattibile per la struttura del nostro sistema ma sarebbe quella migliore e più azzeccata per riuscire a sopportare la crisi e a uscirne con le fabbriche ancora in piedi".

Renato De Sabata suggerisce di convogliare nel settore produttivo, almeno per due o tre anni, tutti i fondi destinati alle opere pubbliche degli undici paesi del Distretto.

"So che la ripartizione dei contributi è fissa e che ogni campo ha il suo capitolo specifico ma se arriva un momento in cui si rende necessario uno sforzo straordinario, allora le normative devono essere cambiate.

Altrimenti, tra qualche tempo, ci troveremo con tante infrastrutture di indubbia utilità ma con le aziende morte e con persone che non hanno soldi da spendere.

Questo effetto negativo a catena deve essere frenato".

Cosa può fare l'Asdi?

"Maggiori poteri devono essere dati all'Asdi in modo da renderlo un organo concretamente in grado di aiutare i soggetti in stato di bisogno nello specifico comparto.

Non deve restare un palazzo di ghiaccio e deve essere supportato dagli stessi Comuni del Distretto poiché sono proprio questi ultimi enti ad avere la responsabilità dei loro territori, sia sul fronte popolazione residente che su quello delle attività produttive".



SALONE DEL MOBILE

A Milano non solo una collettiva che raggruppa 12 aziende

Cciaa e Promosedia sbarcano anche sui Navigli

Camera di Commercio di Udine e Promosedia sono sbarcati al Salone del Mobile di Milano, in svolgimento fino al 27 aprile. La promozione del comparto d'eccellenza delle sedute friulane si è tradotta quest'anno in tanti eventi: nel salone, al padiglione 15, con una collettiva organizzata da Promosedia.

E fuorisalone, in Alzaia Naviglio Grande, con un'iniziativa frutto del partenariato con la Cciaa. «La presenza friulana - commentano i presidenti Cciaa e Promosedia, Giovanni Da Pozzo e Matteo Tonon -, diventa "sistema", complessivo a tuttotondo. E af-

fianca le tante imprese della nostra realtà d'eccellenza con un approccio d'insieme, per aumentare l'efficacia della diffusione nel mondo di uno dei fiori all'occhiello della nostra produzione».

La partecipazione milanese copre le due diverse location che trasformano la città, per l'occasione, nell'ombelico del mondo per la sedia e l'arredo a livello internazionale.

Partecipazione che, peraltro, si avvale della collaborazione dell'Asdi e del sostegno della Fondazione Crup.

Nello specifico, all'interno della Fiera c'è, per il 4° anno consecutivo, la collettiva che raggruppa

12 aziende del Distretto sotto l'egida di Promosedia: un gruppo che si presenta unito, in circa 900 metri quadri di superficie, con un progetto di promozione rivolto a migliaia di operatori internazionali di settore, che non comprende solo le sedute, ma spazia nel più ampio concetto di "living", con il fil rouge della sinergia. Sinergia fra imprese e sinergia con il territorio, poiché nello stand è stata pure allestita una speciale area degustazione, in marketing con alcuni noti brand dell'enogastronomia regionale.

Siccome, poi, il Salone del Mobile non è solo fiera, ma è anche spazio vissuto, nel cuore vivo della città, ecco il secondo appuntamento "galleggiante": "Floating Chairs". Ossia: un'installazione che si compone di sedie,

che fluttua su una piattaforma adagiata sull'acqua del Naviglio. È il "saper fare" del Distretto.

"Floating Chairs" nasce da un concept di Luca Fois e Design Partners. L'installazione/scultura si snoda su quasi 40 metri di passerella ed è opera di Fabio Di Bartolomei, designer che ha firmato importanti progetti

per aziende del distretto e realtà internazionali. Di Bartolomei mixa i fusti in legno, volutamente al grezzo, di molti noti modelli "Made in Distret-

Spazio quest'anno al Fuorisalone "galleggiante"

to" intercalandoli ad alcuni altrettanto noti prodotti in cuoio, plastica e metallo.

Milano, in questi giorni, potrà anche vedere il nuovo Dvd della Cciaa, "Why especially chairs", breve ma efficace compendio digitale plurilingue di promozione istituzionale: il video è infatti un sunto che copre il settore in senso trasversale, raccontando valori car-

dine espressi attraverso le tipologie di lavorazione, i materiali e tutti i servizi di eccellenza del comparto, nonché l'attenzione per la qualità, il rapporto con il cliente e l'ambiente.

Il dvd diventa dunque una sorta di carta d'identità "virtuale", da utilizzare in tutte le occasioni di promozione istituzionale, sul territorio nazionale e in occasione delle missioni internazionali.

Ad affiancare incisivamente le presenze "friulane" a Milano, vi sono le nuove brochure sul Distretto, realizzate grazie alla collaborazione con l'Asdi, che rappresentano una sorta di declinazione cartacea del Dvd, in grado di riassumere le caratteristiche dell'area e con la capacità intrinseca di essere facilmente distribuite e divulgabili.

Chiara Pippo



Chiara Valduga diventa nuovo capogruppo delle industrie siderurgiche. Subentra ad Andrea Pittini

SIDERURGIA

L'ELEZIONE

Passaggio di testimone

Il comparto non vive un momento facile per gli elevati costi di energia e burocrazia

Chiara Valduga, presidente della Cividale Spa, Holding del Gruppo Cividale, è stata eletta all'unanimità nuovo capogruppo delle Industrie siderurgiche, metallurgiche e fonderie aderenti a Confindustria Udine. Subentra al cavaliere del lavoro Andrea Pittini giunto alla scadenza del suo terzo mandato e quindi non più rieleggibile.

Come membri del Comitato di Gruppo sono stati nominati Massimiliano Burelli, Tiziano Comelli, Giuseppe Fracasso, Andrea Pittini e Alessandra Sangoi. Delegati all'Assemblea saranno Guido Agostinetti, Gianpietro Benedetti, Tiziano Comelli, Laura Corte, Fabio Fasoli, Giuseppe Fracasso, Giovanni Battista Monchieri, Andrea Pittini e Alessandra Sangoi. Membro del Comitato per la Piccola Industria è stata confermata Alessandra Sangoi.

Su espresso invito del cavalier Pittini affinché accettasse la candidatura a capogruppo, Chiara Valduga, dunque, raccoglie idealmente dal padre Adalberto, scomparso il 14 gennaio scorso, il testimone dell'impegno associativo. Un discorso di continuità che la dottoressa Valduga condivide anche con il fratello Alberto, iscritto al Gruppo dei Giovani Impren-



Chiara Valduga

ditori.

L'elezione a capogruppo di Chiara Valduga viene in un momento certamente non facile per le aziende siderurgiche e le fonderie. Il crollo della produzione nell'ultimo trimestre del 2008 (-44%) ha trascinato al ribasso il dato medio dell'intera produzione annuale dell'industria che segna una consistente flessione (-3,2% sull'anno 2007).

"Tutti produciamo di meno - ha commentato il capogruppo uscente Andrea Pittini - anche perché i Paesi del cosiddetto terzo mondo, dove esportavamo in massa fino a qualche tempo fa, sono diventati nostri concorrenti".

Non bastasse, poi, la sola recessione internazionale. "In Italia - ha aggiunto Pittini - non è sufficiente la sola efficienza all'interno del-

le fabbriche per essere competitivi se mancano le condizioni per poter operare al meglio: costi di produzione, energia, burocrazia, difficoltà ad acquistare rottame etc. sono stati ostacoli che penalizzano il fare impresa".

La perdita di volumi di attività ha, tra l'altro, determinato in maniera diretta una diminuzione del livello di fatturato (-6,6%). Tra gli effetti più evidenti del rallentamento economico figura l'aumento del ricorso alla Cassa Integrazione aumentata del 383% nel 2008 rispetto al 2009 (da 4.888 a 21.425 ore). Crescita esponenziale anche nel primo bimestre del 2009 con 2.631 ore autorizzate.

"Anche per quanto riguarda le fonderie - afferma Chiara Valduga - lo scenario non è facile: preoccupa infatti la flessione degli ordinativi che ha cominciato a farsi sentire dagli ultimi mesi del 2008 e che ha obbligato molte fonderie ad un forte rallentamento produttivo a partire dal mese di dicembre, in particolare per le imprese collegate ai settori dell'automobile, dei veicoli industriali e delle macchine per movimentazione terra, che rappresentano quasi la metà dei 12 miliardi fatturati ogni anno globalmente dalle fonderie



italiane. Anche i settori che avevano un ricco portafoglio ordini, come l'energia e l'oil and gas, cominciano a guardare ai prossimi mesi con apprensione. Nel breve periodo inoltre - conclude la dottoressa Valduga -, non si ravvisano segnali importanti che facciano pensare ad un'inversione di tendenza, anche se nei settori dell'energia e dell'oil and gas si sta cominciando a parlare di grossi progetti".

IN CIFRE

Produzione dimezzata

Fatturato: -6,6%

Produzione: -44% nell'ultimo trimestre 2008

Cassa integrazione: +383%

Cig primo bimestre: 2631 ore



La Camera di Commercio di Udine, proseguendo con il proprio Servizio di Arbitrato e Conciliazione la fruttuosa gestione stragiudiziale dei contenziosi, facendo da apripista a livello nazionale, ha aperto la via anche alle conciliazioni in ambito

sanitario.

Si è conclusa infatti positivamente a Udine la prima conciliazione a livello nazionale in materia di responsabilità medica e della conseguente responsabilità civile della struttura sanitaria nella quale avevano operato i medici che si erano oc-

cupati del caso.

L'Ente sanitario coinvolto nella vicenda e gli eredi del paziente, assistiti rispettivamente dall'Avv. Prof. Marco Marpillero congiuntamente dall'Avv. Susanna Erera del Foro di Udine e dall'Avv. Francesco Longo del Foro di Pordenone,

CCIAA

Apripista a livello nazionale

Prima conciliazione nella sanità

Evitate le lungaggini e i costi di una causa civile dinanzi all'autorità giudiziaria

hanno deciso di comune accordo di rivolgersi alla C.C.I.A.A. per una composizione amichevole della controversia preferendo evitare le lungaggini ed i costi di una causa civile dinanzi all'autorità giudiziaria.

La vicenda, piuttosto complessa e di non facile soluzione, ha avuto per oggetto una pretesa risarcitoria di oltre un milione di euro da parte degli eredi di un paziente,

che assumevano essere deceduto per negligenza dei sanitari i quali, nell'impossibilità oggettiva di diagnosticare con indagini di routine la patologia del soggetto, peraltro rara e di difficile individuazione, avevano omesso di indirizzarlo ad una struttura sanitaria che, disponendo di adeguati strumenti, me-

dante un tempestivo intervento forse avrebbe potuto salvare la vita del paziente.

La scelta della conciliazione amministrata si è rivelata vincente per le parti perché esse, tramite l'intervento della C.C.I.A.A., hanno raggiunto un accordo favorevole ad entrambe, in quanto, da una parte, gli eredi, per l'intervento della compagnia di assicurazione dell'Ente sanitario, hanno potuto conseguire, nell'arco di soli sei mesi e dopo sole tre sedute, un indennizzo ritenuto congruo, ancorché minore rispetto a quello preteso, dall'altra, l'Ente sanitario ha evitato i rischi di una soccombenza giudiziale e il conseguente strepitus fori.

La vicenda ha avuto per oggetto una pretesa risarcitoria di oltre un milione di euro da parte degli eredi di un paziente deceduto

Sono molte le prospettive di sviluppo a Hong Kong per gli investitori stranieri, specie per chi vuole puntare al mercato cinese

INTERNAZIONALIZZAZIONE

IL SEMINARIO

Una porta per la Cina

Le importazioni di vino nel 2008 sono aumentate del 78%. Merito anche dell'abolizione dei dazi

Marzia Paron

Il mercato di Hong Kong è aperto alle eccellenze del vino e agroalimentari regionali. Come ha affermato infatti Josephine Lam, manager dell'Hong Kong International Wine & Spirits Fair, in videoconferenza dal Paese asiatico nel corso del seminario rivolto alle imprese vitivinicole e organizzato dall'Azienda Speciale Imprese e Territorio-I.ter della Cciaa di Udine (con la collaborazione dell'ente governativo Hong Kong Trade Development Council-HK TDC e del locale Fogolâr Furlan), «le importazioni di vino a Hong Kong, nel 2008, sono cresciute del +78%. Un incremento significativo (il valore dell'import ha raggiunto quota 380 milioni di dollari), dovuto principalmente all'abolizione dei dazi sull'importazione di bevande alcoliche a bassa gradazione varata dal Governo asiatico lo scorso anno, ma anche alla maggiore diffusione della cultura del vino. I palati asiatici prediligono per l'80% i rossi e, in generale, i vini dal gusto amabile». L'incontro, che s'inserisce nel Progetto di promozione delle relazioni istituzionali tra Hong Kong e la provincia

di Udine (finanziato dalla Regione Fvg nell'ambito della legge regionale 7/2002 volta a favorire il consolidamento dei rapporti con i corregionali all'estero) ha permesso alle aziende di valutare le opportunità commerciali in terra asiatica. «Sono molte le prospettive di sviluppo a Hong Kong per gli investitori stranieri, specie per chi vuole puntare al mercato cinese - ha aggiunto il direttore per le aree Italia, Cipro e Grecia dell'HK TDC, che ha sottolineato il ruolo di hub del vino, verso i mercati del Far East, assunto da Hong Kong - Il Paese asiatico, infatti, gode degli accordi di libero scambio con la Cina (che prevedono l'abbattimento dei dazi doganali per le merci dirette al continente) e garantisce un'organizzazione logistica d'eccellenza, con oltre 10 mila tonnellate di merci al giorno smistate via aerea e il collegamento con 500 porti». A confermare la funzione di Hong Kong quale "porta d'ingresso" preferenziale per l'Estremo Oriente, il componente del Consiglio camerale Giorgio Colutta, che ha valutato di persona le potenzialità offerte dal Paese durante la missione scouting di marzo. «I vini friulani hanno tutte

le carte in regola per conquistare il mercato asiatico: la presentazione, a Hong Kong, della Guida ai Vini ha riscosso un notevole apprezzamento da parte di sommelier e distributori locali», ha dichiarato Colutta, annunciando anche il prossimo outgoing di novembre a Hong Kong in occasione della Wine & Spirits Fair («le imprese interessate - ha aggiunto il direttore dell'Azienda Speciale I.ter, Maria Lucia Pilutti - potranno usufruire dei voucher per l'internazionalizzazione messi a disposizione dalla Cciaa di Udine per l'abbattimento dei costi di trasferta»). «La partita, però, va giocata nell'ottica del sistema - ha chiosato il vicepresidente della Cciaa di Udine, Marco Bruseschi - promuovendo il vino in sinergia con il nostro eccellente comparto agroalimentare». A conclusione del seminario, al quale è intervenuto anche il presidente del Fogolâr Furlan di Hong Kong Paolo Sepulcri che ha fornito alle imprese alcuni utili consigli su come avvicinare il mercato asiatico, le aziende partecipanti hanno partecipato a una serie di incontri personalizzati con gli esperti dell'HK TDC.



Operatori in videoconferenza con i manager di Hong Kong

FGV - HONG KONG IN CIFRE

Export: al primo posto gli orologi

La ripresa economica internazionale, ha ricordato recentemente la Banca Centrale Europea, passerà attraverso i mercati del Far East, specie quello di Hong Kong. Nel 2008, secondo i dati dell'Istituto per il commercio estero-Ice, il Pil del Paese asiatico è cresciuto del 5%: un incremento dovuto principalmente allo sviluppo della domanda interna, all'aumento del turismo e alle buone performance dell'export. Nel 2008, il Fvg ha esportato merci a Hong Kong per un valore complessivo di 35 milioni 180 mila euro (+ 1,33% rispetto all'anno precedente), mentre ne ha importate per un totale di 3 milioni 569 mila euro. Tra i prodotti del "paniere export", figurano gli orologi (28% del totale), i macchinari per l'industria (17,9%) e gli apparecchi per uso domestico (9,8%). Dal Paese asiatico, invece, si importano per lo più macchine per la produzione di energia meccanica (15,8%), impianti per radio e telediffusione (14,3%) e stampati cartacei (14%)

Camera di Commercio Udine internazionalizzazione

Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER

calendario iniziative [mag>ott/2009]

PROGETTO	INIZIATIVA	DATA	LUOGO	
Progetto "The Italian way of seating"	Check up aziendali sul design arredo	cadenza mensile	CCIAA Udine	[1]
Progetto Russia: iniziative di animazione economica a favore delle PMI della regione Fvg che intendono operare in Russia www.ud.camcom.it	Incoming settore meccanica Giornata paese Regioni emergenti: Perm, Krasnodar, Kaliningrad	4-5-6 maggio	CCIAA Udine	[2]
Progetto Canada	Missione multisettoriale	26 maggio - 2 giugno	Vancouver - Toronto	[1]
Progetto Friend Europe-Enterprise Europe Network: Cooperation Event	Seminario "Internazionalizzazione in tempo di crisi: migliorare la capacità operativa verso l'export" in occasione della Settimana Europea delle PMI	8 maggio	Udine	[3]
	Seminario "Design e Innovazione: Approccio strategico per operare nei mercati internazionali"	12 maggio	Udine	
Progetti in collaborazione con Unioncamere e il sistema camerale italiano	Missione imprenditoriale settori macchine utensili, elettronica, automobilistico, aerospaziale, cosmetico, calzaturiero, tessile, sistema casa, edilizia, immobiliare e servizi.	20-27 giugno	Messico e Perù	
Esperienze di incoming l'internazionalizzazione delle MPMI friulane	Incoming operatori da Germania, Austria, Rep. Ceca e Slovacchia	giugno	Udine	
Progetti in collaborazione con Unioncamere e il sistema camerale italiano	Missione imprenditoriale settori arredamento, meccanica, energie rinnovabili e ambiente, edilizia, componentistica per infrastrutture	19-25 settembre	India	
Partecipazioni collettive alla Fiera International trade fair on furniture, fabric & artefacts	Missione imprenditoriale settore arredamento	18-22 settembre	Mumbai	
Progetto Centro Est Europa	Incoming operatori settore agroalimentare dal Centro Est Europa in occasione della Fiera Good	16-18 ottobre	Udine	[1]
Esperienze di incoming l'internazionalizzazione delle MPMI friulane	Incoming operatori settore agroalimentare da Svezia, Danimarca, Norvegia e Paesi Baltici	ottobre	Udine	
	Incoming operatori settore arredo dal Centro Est Europa	Ottobre	Udine	

[1] Progetto del sistema camerale regionale, capofila CCIAA Udine, finanziato dalla L.R. 1/2005

[2] Progetto finanziato nell'ambito dell'Accordo di Programma Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, Ministero dello Sviluppo Economico e della Convenzione tra la regione stessa e l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (ICE)

[3] Rete EEN - Consorzio Friend Europe Programma europeo competitività ed innovazione (CIP)

Avviato a Mosca un punto di riferimento importante per garantire un'assistenza continua alle imprese

INTERNAZIONALIZZAZIONE

DESK RUSSIA

Un "faro" a Est

Tra i servizi offerti l'assistenza fiscale, doganale e legale in tema di rapporti commerciali



Marzia Paron

Un punto di riferimento importante, a Mosca, per garantire un'assistenza continua alle imprese che vogliono puntare al mercato russo o consolidare i rapporti già in atto. È il Desk Russia, struttura avviata e gestita dall'Azienda Speciale della Cciaa fiorentina, Promofirenze, alla quale ha aderito mediante una convenzione di durata triennale anche la Cciaa di Udine con la propria Azienda Speciale Imprese e Territorio-Iter (per informazioni, tel. 0432.273295). Per tre anni, dunque, l'ufficio moscovita (situato in

un prestigioso stabile nelle immediate vicinanze della piazza Rossa) permetterà all'ente camerale friulano di dare continuità alle attività realizzate nel contesto del programma di animazione economica incentrato sulla Federazione Russa, giunto alla terza annualità. Molteplici i servizi offerti alle imprese dalla struttura, dove opera l'esperta russa (ma con conoscenza perfetta della lingua italiana scritta e parlata) Elena Kouvirkina: assistenza fiscale, doganale e legale in tema di rapporti commerciali; invio di richieste di collaborazione e d'affari da parte di aziende russe; analisi

di mercato; supporto durante gli eventi fieristici in loco; analisi dei potenziali concorrenti e creazione di liste verificate di possibili importatori/esportatori in base allo specifico settore produttivo. «Il Desk è un'istituzione fondamentale, che permette alle nostre pmi di mantenere delle basi solide in Russia e di ricevere informazioni aggiornate e precise sull'andamento del mercato e delle opportunità», ha commentato il vicepresidente della Cciaa di Udine, Marco Bruseschi, che ha avuto modo di valutare da vicino i vantaggi di una "presenza" fissa in terra russa durante la missione nazionale nell'ex Unione Sovietica organizzata dal Governo italiano, Confindustria, Abi e Istituto per il commercio estero-Ice, alla quale hanno partecipato una ventina di aziende del Friuli Venezia Giulia. «Nonostante la crisi globale abbia segnato pesantemente anche l'economia della Federazione Russa (il cash flow derivante dal petrolio e dal comparto energia ha subito una riduzione di un terzo, a causa del fabbisogno di liquidità delle banche) – ha proseguito il vicepresidente – la Russia rimane comunque un mercato di riferimento per le imprese italiane e regionali. È necessario procedere sulla scia dei buoni contatti ottenuti dal settore agroalimentare, a esempio, durante l'outgoing di febbraio a San Pietroburgo, che è stato anche occasione per promuovere il nostro comparto vitivinicolo attraverso la Guida ai Vini». Ed è proprio l'agroalimentare, secondo le valutazioni dell'editorialista del Sole 24 Ore Sergio Rossi, a "soffrire" di meno nel contesto della recessione. La domanda di prodotti alimentari continua a crescere, anche se indirizzata per il 17% del totale su specialità meno care. E la regione russa di Krasnodar (una delle quattro aree visitate durante la missione nella Federazione insieme a quelle di Ekaterinburg, San Pietroburgo e Novosibirsk), la zona di punta per lo sviluppo dell'agroindustria. Il tessuto produttivo del territorio, infatti, è composto per il 45% da aziende del settore agroalimentare, grazie al clima temperato della regione che ha permesso lo sviluppo delle coltiva-

zioni.

IN BREVE

LIVING SPACE GRAZ

Lo scorso 27 marzo si è svolta l'iniziativa "Living Space Graz" organizzata dal Centro d'Internazionalizzazione della Stiria (ICS) in collaborazione con l'Eurospostello Unioncamere del Veneto a cui ha partecipato la Camera di Commercio di Udine in qualità di partner del Consorzio Friend Europe della rete Enterprise Europe Network. L'ente camerale, infatti, ha coinvolto nel contesto dell'incontro alcune imprese della provincia operanti nel settore delle sedute, marmi, parquet e design. L'evento si è aperto con dei seminari di presentazione sulle realtà austriache, slovene e italiane ai quali sono seguiti, nel pomeriggio, alcuni incontri d'affari con controparti precedentemente selezionate operanti nell'ambito del design, dell'architettura, dell'arredo, dell'edilizia e degli impianti d'illuminazione.



COMMERCIO ESTERO NEWS

Le scadenze

Telematizzazione delle Accise

La Direzione Regionale dell'Agenzia delle Dogane in una nota ha ricordato che sono in scadenza le presentazioni - «esclusivamente in forma telematica» - dei dati relativi alle contabilità nel settore delle accise; vediamo le date:

- 1 maggio 2009: depositari autorizzati, operatori professionali e rappresentanti fiscali del settore prodotti alcolici; i fabbricanti di aromi; i depositari fiscali del settore vino; gli esercenti i depositi commerciali di prodotti energetici; i soggetti che svolgono la loro attività nei settori dei lubrificanti e bitumi di petrolio.

- 1 giugno 2009: gli esercenti i depositi commerciali di alcolici.

- 1 giugno 2010: i Depositari fiscali che svolgono la loro attività esclusivamente nella produzione della birra.

Ma chi è «l'operatore professionale registrato»? L'Agenzia delle Dogane precisa che questa figura «si può identificare



nell'esercente del deposito libero per uso commerciale/industriale abilitato a ricevere merce in regime sospensivo – anche proveniente da altri Paesi comunitari – ma non a detenerla o spedirla vincolata al predetto regime».

Egli è tenuto ad assolvere agli obblighi tributari, sottolinea l'ente doganale, «garantendo il pagamento dell'accisa relativa ai prodotti ricevuti in regime sospensivo, nonché a tenere la contabilità delle forniture di prodotti, salvaguardando

il principio della territorialità del pagamento dell'imposta». «L'operatore professionale che intende esercitare la predetta attività con la qualifica di "operatore professionale registrato" chiede, prima del ricevimento dei prodotti, di essere registrato come tale presso gli Uffici delle Dogane competenti per territorio, che provvederanno al rilascio del Codice d'accisa, elemento identificativo necessario per l'esercizio della predetta attività».

«La differenza tra ope-

ratore professionale registrato e non registrato si evidenzia sulla base dell'attività professionale svolta in via permanente o occasionale, aggiunge l'Agenzia, e l'operatore professionale "non registrato", pur assolvendo agli obblighi previsti per l'operatore registrato in termini di garanzia del pagamento dell'accisa, non è tenuto all'invio telematico dei dati relativi alla contabilizzazione del prodotto ricevuto "occasionale"».

Le procedure di sperimentazione e le informazioni sono disponibili sul sito www.agenziadogane.gov.it, conclude l'Agenzia, e negli Uffici delle Dogane presenti sul territorio «sono stati appositamente costituiti locali team di riferimento in grado di fornire un costante supporto informativo diretto agli operatori interessati all'attività di settore».

Info: 0432 273502-281
Fax 0432 509469
E-mail: commercioestero@ud.camcom.it

M.P.

INDIA: MISSIONE E STAND COLLETTIVO. LE SCADENZE

Prosegue il supporto all'internazionalizzazione verso l'India dell'Azienda Speciale Imprese e Territorio (I.ter) della Cciaa di Udine, in continuità con le azioni già avviate nel triennio. Entro il 14 maggio, le aziende interessate dovranno inviare le adesioni per la nuova missione, organizzata da Vicenza Qualità, Azienda Speciale della Cciaa di Vicenza, in collaborazione con Unioncamere e il sistema camerale italiano e regionale, prevista dal 19 al 25 Settembre, con prima tappa a Mumbai e seconda a Pune, Bangalore o Delhi, in base al settore d'appartenenza. I settori interessati sono macchinari e automazione industriale, energie rinnovabili e ambiente, arredamento (casa e contract), edilizia & costruzioni, componentistica per infrastrutture. Sempre verso l'India, ma



specificamente per l'arredo, l'Azienda speciale sta anche raccogliendo l'interesse delle Pmi di settore per partecipare a uno stand collettivo alla fiera Internazionale Index, evento specializzato fra i più importanti, a Mumbai dal 18 al 22 settembre. Per questa attività, le interessate potranno segnalarsi entro il 29 aprile, con l'apposito modulo disponibile sul sito. Per entrambe le iniziative è si può presentare domanda di contributo a fondo perduto per l'abbattimento delle spese (voucher internazionalizzazione). Continua inoltre - su appuntamento e gratuitamente - il servizio di check up aziendale. Info e modulistica: www.ud.camcom.it (tel. 0432 273516/ 273843 - e-mail india.info@ud.camcom.it).

Sei gruppi di lavoro per voltare pagina. L'ente camerale e le associazioni di categoria formulano suggerimenti su alcuni temi

SPECIALE GRUPPI DI LAVORO

IL DOCUMENTO FINALE

Anti crisi: ecco le prop

SETTORE DEL CREDITO

Rafforzare il capitale di rischio delle imprese

Il Comitato per il monitoraggio per l'economia, costituito dalla Giunta camerale per raccogliere tutte le informazioni possibili sull'incidenza a livello locale della crisi mondiale e formulare ogni possibile suggerimento/proposta all'Amministrazione regionale – soggetto principe su scala locale di qualsiasi politica anti – crisi – quale emerge dalle considerazioni e valutazioni delle Categorie economiche friulane, ha deciso di costituire alcuni gruppi di lavoro, al fine di formulare una serie di specifici suggerimenti/proposte su alcuni temi principali: credito, dimensione delle imprese e strumenti di politica economica mirati al loro sviluppo, semplificazione, infrastrutture, formazione, agricoltura. L'obiettivo è quello di dare per quanto possibile una serie di

spunti operativi concreti ai soggetti pubblici che dispongono degli strumenti e dei mezzi in grado di incidere sull'andamento dell'economia locale. Per quanto riguarda il setto-



re del credito, secondo il gruppo di lavoro è fondamentale rafforzare il capitale di rischio delle imprese in modo da migliorare l'affidabilità creditizia delle stesse: consentendo a Friulia di superare il limite attuale

d'intervento anche oltre il 51% del capitale mantenendo il diritto di voto al 33% (lasciando pertanto la gestione ai soci privati) attraverso l'emissione di azioni convertibili. L'azione proposta diventerebbe essenziale in caso di crisi delle aziende primarie; indirizzando i confidi a favorire la capitalizzazione attraverso la concessione di garanzie al singolo socio nelle operazioni di aumento di capitale. Costituire presso il Mediocredito regionale, con funzione di tesoreria, due fondi (utilizzando le risorse rese disponibili): un fondo di rotazione per favorire l'accesso al credito delle piccole e micro imprese e finalizzato al finanziamento del capitale circolante (max 36 mesi); un fondo finalizzato alla patrimonializzazione delle imprese a medio termine utilizzando i confidi quali gestori.

Rossano Cattivello

Dall'analisi alle prognosi. La Camera di Commercio di Udine, dopo aver ascoltato la base delle categorie anche con l'ausilio di indagini demoscopiche, ha organizzato dei gruppi di lavoro suddivisi per "leva" economica. Tale attività ha portato, ora, a un documento finale contenente proposte di azioni in funzione anticrisi. A una crisi globale, ovviamente, non è possibile contrapporre soltanto ricette locali. I provvedimenti suggeriti dall'ente camerale, però, possono consentire un sostegno al sistema economico friulano durante questa traversata nel deserto. Le proposte sono indirizzate, in via prioritaria, all'amministrazione regionale, che nella sua autonomia dispone di particolari strumenti per agire nell'economia. In sostanza: tutto quanto è possibile fare, va fatto. Tante gocce d'acqua, in fin dei conti, creano un mare.

Il lavoro dei gruppi, formati da esperti e rappresentanti delle categorie in seno al consiglio direttivo della Camera di Commercio, ha lavorato a 360 gradi, prendendo in esame appunto tutte

le leve che possono agire sulla tenuta competitiva del tessuto economico locale. Dall'aspetto, molto critico, del credito alla formazione, dal sostegno agli investimenti, all'eccesso di burocrazia, zavorra quanto mai pesante e inutile in tempi di difficoltà del mercato.

In generale, una severa critica è indirizzata allo scenario normativo regionale: gli strumenti in essere nella nostra Regione appaiono disordinati e contraddittori e non consentono un'azione coerente e convergente che favorisca la crescita e il consolidamento economico del Friuli Venezia Giulia. Questa fase storica richiede alla politica regionale di promuovere un cambiamento radicale dell'azione di intervento economico, ma soprattutto di predisporre azioni e strumenti più incisivi per le imprese. In particolare è necessario, anche alla luce dell'attuale fase economica, ridisegnare il modello di sviluppo dell'economia regionale e industriale in particolare, un modello che deve essere di tipo reticolare, un modello che recuperando i diversi e importanti strumenti di politica economica attivati nel corso della storia regionale



(Friulia, Frie, Mediocredito, LR n. 4/2005) sappia disegnare un progetto da far gestire al sistema economico locale.

Sul fronte creditizio, certamente quello più delicato e urgente, le proposte salienti riguardano una forte iniezione di capitale pubblico a garanzia dei finanziamenti alle imprese, sfruttan-

PROCESSI DI CRESCITA DELLE IMPRESE

Per un modello reticolare

L'oggetto di analisi del gruppo di lavoro ha riguardato in particolare la normativa regionale in tema di politica economicoindustriale e la promozione dello sviluppo qualitativo del sistema delle imprese attraverso l'adozione di iniziative che favoriscano la crescita dimensionale delle aziende friulane. Si è convenuto che gli strumenti in essere nella nostra Regione appaiono disordinati e contraddittori. E' necessario quindi ridisegnare il modello di sviluppo dell'economia regionale ed industriale in particolare, un modello che deve essere di tipo reticolare, un modello che recuperando i diversi ed importanti strumenti di politica economica attivati nel corso della storia regionale (Friulia, Frie, Mediocredito, L.R. n. 4/2005) sappia disegnare un progetto

da far gestire al sistema economico locale. In questo senso la costituzione di un gruppo misto tra Università e Camera di Commercio rappresenterebbe il passo iniziale



di un progetto, un primo passo attraverso il quale definire obiettivi e tempi per la realizzazione di uno studio di fattibilità i cui elementi fondanti sono la predisposizione di un nuovo modello di sviluppo economico regiona-

le, l'attivazione di strumenti che promuovano la crescita dimensionale delle imprese, la riduzione della burocrazia. Gli elementi fondamentali di questo progetto dovrebbero essere:

- la stesura di un testo unico di politica industriale, che ora appare troppo frammentato e contraddittorio. In particolare è emersa la necessità di ridurre il livello di burocrazia
- il ruolo di Friulia, di Mediocredito e del Frie che devono esercitare funzioni di supporto alla crescita dimensionale delle imprese
- la modifica della Legge Regionale n. 4/2005, intesa non tanto nella revisione degli obiettivi che si confermano importanti e significativi per l'economia regionale, quanto nel sostenere tempestivamente i progetti aziendali.

SEMPLIFICAZIONE

Obiettivo ridurre i costi

Molte le azioni proposte nei vari settori agricoltura, artigianato e commercio.

Ad esempio nell'artigianato si chiede la modifica della norma regionale 12/2002 per renderla compatibile con le disposizioni sulla Comunicazione Unica di cui all'art. 9 del decreto legge 7/2007; e quindi l'invio in forma telematica delle pratiche artigiane; e la possibilità di modificare l'attuale impianto normativo prevedendo che le imprese artigiane in possesso dei requisiti di legge possano essere iscritte nel Registro delle Imprese presso la Camera di Commercio con la denominazione di "impresa artigiana" (ricordando la recente normativa della provincia di Bolzano).

Tra i benefici attesi la semplificazione e riduzione dei termini dei procedimenti amministrativi di cui trarrebbero beneficio gli utenti e la stessa

amministrazione; la riduzione dei costi relativi alla gestione dell'ufficio; la riduzione dei costi di gestione della Commissione.

Nel settore commercio sono stati presi in esame gli impianti stradali di distribuzione dei carburanti. Queste alcune



richieste: assicurare un orario minimo di apertura concedendo al gestore, previa comunicazione al Comune, la facoltà di ampliarlo; assegnare al Comune il diritto di emettere provvedimenti autorizzatori relativi

a turni festivi di apertura, ferie e deroghe ai turni senza il preventivo parere della Camera di Commercio e della Commissione Consultiva (da sopprimere). In caso di Comuni non sufficientemente serviti le autorizzazioni dovranno essere emesse previo accordo con i Comuni limitrofi; assegnare alla Camera di Commercio l'onere di predisporre annualmente i turni festivi da comunicare alla Regione (previa ricognizione presso i Comuni degli impianti esistenti sul territorio).

I benefici attesi riguardano: le prime fasi di liberalizzazione che non incidono pesantemente sull'impianto normativo e che vengono richieste da imprenditori del settore e dalle quali trarrebbero beneficio anche gli utenti; la semplificazione dei procedimenti amministrativi camerale e comunali; la riduzione di costi di gestione delle PA interessate.

Una severa critica è indirizzata allo scenario normativo regionale. Importanti i ruoli di Friulia, Mediocredito e Confidi

SPECIALE GRUPPI DI LAVORO

Poste di azione



do il sistema dei Confidi e Mediocredito Fvg, oltre a consentire a Friulia di intervenire anche con quote di maggioranza in società friulane strategiche, seppure in difficoltà.

Nei giorni scorsi, in parallelo, la giunta regionale, guidata dal presidente Renzo Tondo, ha definito il pacchetto di provvedimenti anticrisi. Il piano

è contenuto in un disegno di legge titolato "misure urgenti in materia di sviluppo economico regionale, sostegno al reddito dei lavoratori e delle famiglie, accelerazione dei lavori pubblici" e che ora è passato all'esame e all'approvazione del Consiglio regionale. Doppio sguardo, quindi, sia sul tessuto imprenditoriale,

sia sulla stabilità reddituale delle famiglie dei lavoratori. Il disegno di legge propone un programma di investimenti pubblici che concentra la spesa regionale su opere e lavori di immediata cantierabilità, semplificando e accelerando le procedure per affidare il maggior numero possibile di appalti pubblici entro l'anno in corso. I termini dei procedimenti di competenza della Regione e degli enti locali correlati alla realizzazione di opere definite strategiche regionali, prevede la normativa, sono notevolmente ridotti. Tra le disposizioni in materia di attività produttive, si modificano alcune norme della legge regionale 4 del 2005 sulle misure a favore delle Pmi, già comunemente conosciuta come legge "Bertossi", per consentire alle imprese di usufruire, anche in periodi di crisi, del contributo regionale che era stato pensato nella prospettiva di un periodo di crescita economica generale. Le norme intervengono anche sul sistema delle garanzie a favore delle Pmi in modo da amplificare al massimo l'intervento pubblico destinato a favorire l'accesso al credito.

AGRICOLTURA

Rifinanziare il fondo di rotazione

La politica agricola comunitaria e regionale è caratterizzata, ormai da anni, dal sostegno per l'ammodernamento e la crescita delle imprese, per il ricambio generazionale, per la sopravvivenza stessa delle aziende agricole nelle zone marginali e svantaggiate quale presidio indispensabile del territorio. Si ricorda, inoltre, la necessità e l'urgenza di attivare percorsi autonomi per l'erogazione di aiuti svincolati dalle procedure rigide e complesse del Psr. Questo strumento è particolarmente importante per coloro che si devono adeguare alla direttiva nitrati. Non è pensabile, infatti, riuscire a far fronte a questi investimenti attraverso il Psr, né sarebbe equo abbandonare queste imprese costringendole a far fronte ai nuovi impegni completamente

a proprie spese. Si rinnova poi la richiesta di un impegno forte per il credito in agricoltura rifinanziando in maniera significativa il Fondo di rotazione. Altro strumento



di supporto al credito è il Consorzio Fidi che consente alle imprese agricole di accedere al credito e di farlo a condizioni favorevoli. La possibilità di utilizzare le controgaranzie regionali anche da parte dell'Agrifidi Fvg,

insieme all'aumento della dotazione del fondo rischi, permetterebbero di ampliare le capacità di garanzia. Si potrebbe inoltre ipotizzare la costituzione di un fondo da cui erogare contributi alle aziende che assicurano i crediti, sul modello del Fondo di solidarietà per la grandine. Quindi la promozione dei prodotti agricoli ed agroalimentari è un indispensabile strumento di sviluppo; strategica risulta la promozione integrata del territorio, dei prodotti, e dei servizi della nostra Regione. Si chiedono adeguate risorse e la partecipazione alla definizione delle strategie. Infine "Riorganizzazione della Direzione Regionale Agricoltura": è richiesta alla Regione una riorganizzazione all'apparato con semplificazione delle procedure, già più volte evidenziate anche nel dettaglio.

INFRASTRUTTURE

Realizzare una viabilità strategica

Per quanto riguarda le infrastrutture è necessario operare a favore delle viabilità strategica dando priorità

- alla realizzazione della terza corsia autostradale, permettendo alle imprese locali, attraverso la sua realizzazione in lotti frazionati, l'accesso alle gare d'appalto;
- migliorare la strada statale Udine-Gorizia;
- ammodernamento della viabilità primaria della Regione.

Per quanto riguarda l'edilizia le azioni da promuovere sono

- la promozione dell'edilizia residenziale accanto a quella a favore delle categorie più svantaggiate;
- la riqualificazione dell'offerta turistica in particolare degli esercizi complementari (secondo case in affitto, appartamenti ecc.);
- la riqualificazione de-

gli esercizi commerciali e di ospitalità (trattorie e pubblici esercizi)

- promuovere gli interventi di risparmio energetico soprattutto attraverso la riduzione del peso del-



la burocrazia.

Per quanto riguarda la logistica i progetti da sviluppare sono

- realizzazione di una rete tra i diversi porti che operano su questo mare (Autostrade del Mare). Ciò valorizzerebbe il si-

stema portuale regionale ma anche di sviluppare in regione attività logistiche per prodotti nella direzione Sud-Nord;

- va completato lo studio di fattibilità della piattaforma agroalimentare di trasformazione dei prodotti e di stoccaggio delle merci;
- va ristudiata la funzione dell'Interporto di Cervignano.

Ma vi sono altre azioni:

- la prima è quella di ridurre i tempi di recupero del credito d'imposta ed IVA, questo fatto permetterebbe alle imprese di risolvere alcuni problemi di liquidità;
- attuare una legge, come in Francia, che consenta alle banche, alle assicurazioni alle finanziarie in genere di attuare i pagamenti nei confronti delle imprese in 30 giorni;
- istituire un Fondo di rotazione per progetti specifici.

FORMAZIONE PROFESSIONALE

Un polo formativo per l'impresa

Le Associazioni di Categoria: Federazione Regionale degli Industriali, Confederazione delle Piccole e Medie Industrie, Unione Regionale, Confederazione nazionale dell'Artigianato e della PMI, CNA FVG, Confartigianato FVG hanno sottoscritto un documento di cui si riportano gli obiettivi: condividere l'intento strategico sul tema della formazione nel contesto regionale individuando un soggetto di riferimento unico e unitario per lo sviluppo del progetto; consolidare, qualificare e promuovere un'offerta formativa funzionale allo sviluppo delle imprese; costituire un punto di riferimento con l'autorità regionale al fine di accompagnare la scelta degli strumenti operativi; rilevare i fabbisogni formativi e occupazionali delle imprese; realizzare tutto ciò attraverso l'istituzione di

un'Associazione Temporanea di scopo finalizzata alla definizione di un polo formativo per l'impresa. Questo documento è stato presentato al Presidente della Regione Friuli Ve-



nezia Giulia Renzo Tondo e all'Assessore Regionale alla Formazione Roberto Molinaro che, condividendo gli obiettivi, hanno manifestato l'appoggio ed il consenso al progetto. La volontà di costituire questo tavolo di confron-

to, sul tema della formazione al sistema impresa, è stato condiviso anche dalle altre associazioni di categoria: Concommercio, Confagricoltura, Coldiretti L'operatività sarà prerogativa degli Enti accreditati, delle Associazioni di Categoria e del CRES. A quest'ultimo potrebbe essere affidato il compito di creare un "Ufficio Studi" partecipato dalle varie associazioni di categoria, che avrà lo scopo di analizzare, ricercare ed approfondire, quali sono i reali fabbisogni delle imprese in ambito formativo. La Camera di Commercio di Udine, espressione delle Associazioni di Categoria, si farà garante e promotrice dell'attuazione del progetto sia sul piano politico che sul piano operativo tramite l'Azienda Speciale Ricerca & Formazione, ente accreditato dalla Regione FVG.

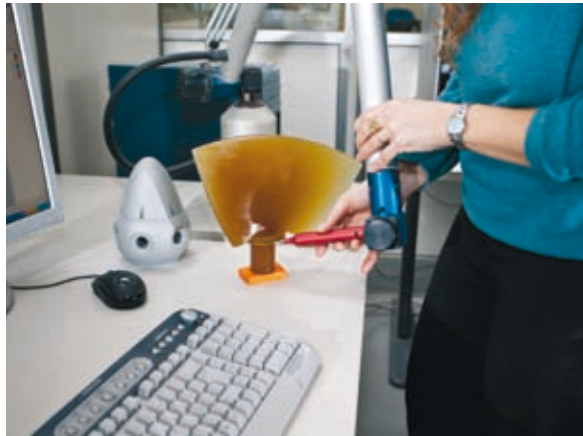
Dal 6 al 14 maggio una serie di eventi dedicati alle piccole e medie industrie

CAMERA DI COMMERCIO

L'APPUNTAMENTO

La settimana delle Pmi

Previsti incontri su export, design e innovazione a Palazzo Kechler e in via Morpurgo



Non una giornata europea, bensì un'intera settimana. Sarà la prima dedicata alle Piccole e medie imprese, che si svolgerà dal 6 al 14 maggio 2009, e sarà una vera e propria campagna coordinata, per promuovere lo spirito imprenditoriale in tutta Europa. Ma non solo: nel periodo indicato, saranno realizzate pure tante attività per informare gli imprenditori sulle iniziative e le azioni di supporto a loro favore, ideate a livello europeo, nazionale e locale. L'iniziativa è coordinata dalla Direzione Generale Imprese e Industria del-

la Commissione europea, ma la maggior parte degli eventi e delle attività in corso durante la settimana sono realizzate da organizzazioni professionali, fornitori di servizi, autorità regionali e locali nei paesi partecipanti. A Udine, questo importante appuntamento si concretizzerà in alcuni incontri organizzati dall'Azienda speciale Imprese e Territorio I.Ter della Camera di Commercio, che avranno luogo tra Palazzo Kechler (8 maggio) e la Sala del Consiglio della sede di via Morpurgo (12 maggio), focalizzati in particolare su alcune delle attività su cui la Cciaa

udinese sta puntando da tempo i riflettori, come export, design e innovazione, argomenti che saranno trattati da esperti e specialisti internazionali, del calibro di Nicola Minervini consulente e direttore dell'International Marketing Consulting, Alessandro Terzulli e Simonetta Acri, economista e direttore Sace, Anna Lombardi, architetto ed esperta di design. Tutti stimoli, e da più fronti, dunque, per fronteggiare la crisi utilizzando impegno, preparazione e creatività, stimoli che saranno arricchiti anche da specifici momenti di scambio di informazioni e consulenze.

La settimana europea delle Pmi, così come si svilupperà a Udine, permetterà dunque agli imprenditori, effettivi o potenziali, di essere assistiti e di essere messi in collegamento gli uni con gli altri. Saranno inoltre aiutati a elaborare nuove idee, beneficiando di informazioni e sostegno personalizzati. La settimana ha diversi obiettivi, come affiancare e sostenere le aziende affinché realizzino appieno il loro potenziale, e presenta anche la possibilità

di incoraggiare gli imprenditori "in potenza" a lanciarsi e a impegnarsi per veder realizzate le loro aspirazioni (soprattutto i giovani). Tra gli scopi della settimana, anche dare forte motivazione alle Pmi esistenti ad ampliare le proprie prospettive, lanciare idee e condividere le esperienze sull'imprenditorialità e gli imprenditori.

Questa iniziativa rappresenta uno dei provvedimenti che attiva il "Small Business Act", il primo quadro politico articolato per la Piccola Impresa nell'Unione europea e nei suoi Stati membri. Vuole dunque creare una sorta di un partenariato Ue-Pmi, sottolineando come l'Europa sia più forte grazie a delle Pmi competitive, ma anche come l'Ue sia disposta a offrire loro supporto e consulenza.

Nei paesi partecipanti (oltre agli Stati membri, anche Croazia, Turchia, Islanda, Liechtenstein, Norvegia, Israele e Serbia) si svolgeranno eventi quali conferenze, fiere, giornate porte aperte in aziende, attività on-line, workshop, seminari, arte e spettacoli, concorsi e networking.

PROGETTO PASEP

12 funzionari in visita per l'agroalimentare

Rafforzare il ruolo delle Camere di Commercio nei Balcani Occidentali per attrarre e consolidare gli investimenti diretti stranieri; fornire alla politica un quadro sullo stato di riforme e investimenti;



incrementare i contatti tra le Cciaa dell'Ue e dei Balcani occidentali e tra Camere balcaniche. Si sono costituiti otto partenariati formati da una o più Cciaa dell'Ue e da due dell'area balcanica, e uno di essi è stato assegnato al progetto Pasep, dell'Azienda Speciale I.Ter della Cciaa di Udine (capofila) con la Cciaa delle Fiandre Occidentali quelle della Contea di Zagabria e del Cantone di Sarajevo. Le attività si svilupperanno fino a settembre, con l'analisi sulla qualità della promozione dell'agroalimentare ora organizzate a Zagabria e Sarajevo; un periodo di formazione nella provincia di Udine dei funzionari delle Camere di Zagabria e Sarajevo; marketing nelle Pmi agroalimentari di Zagabria e Sarajevo; conferenza finale, organizzata nelle sedi dei quattro partner. Il prossimo step sarà dal 19 al 21 maggio, quando dodici funzionari delle Camere di Zagabria, Sarajevo e del Belgio arriveranno a Udine per assistere alla presentazione della promozione agroalimentare e dell'internazionalizzazione, visitare il Parco Agroalimentare di San Daniele e Turismo Fug.

LA MISSIONE

Con Friuli nel Mondo

Scambi anche per la nautica a Miami

AMiami per valutare le opportunità per il settore vitivinicolo, per l'arredo e il design, e per la nautica friulani. Con questi obiettivi, una delegazione della Camera di Commercio di Udine, guidata dal presidente Giovanni Da Pozzo, è approdata in Florida nell'ambito della missione organizzata dall'Ente Friuli nel mondo (Efm) di Giorgio Santuz.

«Abbiamo concluso diversi incontri istituzionali e a livello imprenditoriale - ha commentato Da Pozzo, raggiunto telefonicamente a Miami -, nel corso di questo viaggio che ci vede rinnovare la forte e proficua collaborazione con l'Efm. Stiamo valutando le possibilità di interscambio per i nostri imprenditori del vitivinicolo, del design e della nautica. Riguardo a quest'ultimo set-

tore, nello specifico, abbiamo visitato il Salone "Seatrade", per verificare l'opportunità di far rappresentare il nostro sistema che si riconosce in Assonautica».

I risultati positivi degli incontri sono stati sottolineati anche dal presidente Santuz. «Il nostro Fogolâr di Miami, guidato dal giovanissimo Christian Driussi - ha spiegato -, ha organizzato un'ampia presentazione del sistema Friuli con focus sulla nostra economia, nonché una serie di incontri con personalità della comunità friulana e informazioni su come avviare attività imprenditoriali in Florida».

Durante la missione, la delegazione ha visitato anche il Design District e la Galleria Extra Fine Art, dove sono esposte opere dell'artista friulano Roberto Milan.

STATI UNITI

Opportunità economiche illustrate in un seminario

Molte richieste per i mobili friulani

Gradino più alto del podio, per gli Stati Uniti, nella classifica mondiale delle importazioni di prodotti dall'estero. Nonostante l'alta quotazione dell'euro sui mercati mondiali e la difficile congiuntura economica, quindi, gli Stati Uniti d'America rappresentano uno sbocco interessante per le aziende, anche per quelle del Friuli Venezia Giulia. Le opportunità economiche offerte dal mercato nordamericano e la relativa gestione delle procedure per l'export sono state illustrate durante un apposito incontro di approfondimento, rivolto alle imprese provinciali, organizzato dall'Ufficio Commercio estero della Cciaa di Udine con la collaborazione dell'azienda di logistica e spedizioni DHL-Global Forwarding Italy. «Secondo i dati Istat-Coeweb - ha spiegato Mario Passon dell'Ufficio camerale Studi e Statisti-



ca, introducendo il meeting - nel 2008 il Friuli Venezia Giulia ha esportato negli Usa merci per un valore complessivo di quasi 337 milioni 873 mila euro, registrando un decremento del 9,52% rispetto al 2007. In aumento invece le importazioni (pari a 238 milioni 352 mila euro nel 2008), cresciute del +58,2% rispetto all'anno precedente. Una bilancia commerciale comunque in attivo, che dimostra il clima di fiducia e attesa

verso gli Stati Uniti nonostante la difficile congiuntura economica globale». Tra i prodotti "made in Friuli" più richiesti dal mercato nordamericano, figurano i mobili (21,28% del valore export complessivo), macchine per impieghi speciali (11,49%) e bevande (8,92%). Dagli Stati Uniti, invece, importiamo maggiormente prodotti siderurgici (42,77%), carbon fossile (16,73%) e pasta da carta (6,51%). I rapporti commerciali tra i due Pae-

si sono decisamente notevoli, quindi, «ma le aziende - ha precisato la responsabile dell'Ufficio Commercio estero, Maria Cappello, elencando anche i principali sistemi di applicazione dei dazi doganali e il significato dei certificati d'origine (non obbligatori per gli Usa, salvo specifica richiesta dell'importatore) -, devono essere in grado di preparare una puntuale documentazione per le esportazioni. I controlli doganali, infatti, si sono intensificati negli Stati Uniti dopo gli attacchi terroristici dell'11 settembre: è necessario rispettare quindi i principi imposti sia dal Customs and Borders Protection statunitense, simili peraltro a quelli previsti dal nuovo Codice doganale comunitario dell'Unione europea, che garantiscono sicurezza, snellimento e prevedibilità delle procedure doganali».

Marzia Paron

La Regione mette a disposizione un fondo per sostenere le azioni legali finalizzate alla tutela dei brevetti

CAMERA DI COMMERCIO

DOMANDE ENTRO IL 30 GIUGNO

Bando in scadenza

La nostra Regione si conferma al quarto posto in Italia per depositi marchi e invenzioni



Marzia Paron

Scade il 30 giugno 2009, il termine per la presentazione delle domande per i contributi regionali a favore delle pmi nell'ambito della tutela dei brevetti.

La Regione Fvg ha messo a disposizione un fondo per tutte e quattro le Cciao regionali, con l'obiettivo di sostenere le azioni legali finalizzate alla tutela dei brevetti e della proprietà industriale, in linea con i principi della legge 26/2005 sull'innovazione e lo sviluppo tecnologico.

Un intervento che se-

gue un'analogia iniziativa proposta anche nel 2008 con un budget di complessivi 120 mila euro stanziati dalla Regione con la medesima finalità.

Per la provincia di Udine i contributi, a fondo perduto, saranno gestiti dalla Cciao udinese (che ha complessivamente a disposizione un plafond di 72 mila 283 euro per gli incentivi) e serviranno a coprire una quota pari al 50% della spesa ammissibile (entro il limite massimo di 8 mila euro) sostenuta dalle aziende per prestazioni professionali rese da consulenti abilitati (iscrit-

ti all'Albo dei consulenti in proprietà industriale) e da professionisti autorizzati all'esercizio forense, relative all'assistenza legale nell'avvio e nella definizione dei procedimenti stragiudiziali e giudiziali connessi alla tutela dei brevetti per invenzioni industriali, modelli di utilità, disegni e modelli relativi a beni prodotti dalle pmi nel territorio regionale. In un panorama nazionale sempre più povero per quanto riguarda la brevettabilità (le registrazioni dei brevetti depositate alle Cciao italiane nel 2008 sono diminuite del 7,11% rispetto all'an-

no precedente, secondo i dati di Unioncamere), quindi, come ha sottolineato il presidente dell'ente camerale Giovanni Da Pozzo, «questo e tutti gli altri interventi promossi dalla Cciao di Udine sono un segnale forte a favore dell'innovazione e del nostro tessuto produttivo».

Nel 2008, l'ente camerale friulano ha registrato 1.855 depositi, di cui 274 invenzioni e 536 marchi nazionali: numeri in leggero calo rispetto al 2007 (1.927 depositi), ma che confermano il primato di Udine in regione e il quarto posto del Friuli Venezia Giulia in Italia.

I contributi saranno concessi con il procedimento valutativo "a sportello", ovvero secondo l'ordine cronologico di presentazione delle domande (che dovranno essere consegnate di persona all'Ufficio Sviluppo Imprese a partire da lunedì 4 maggio 2009) e fino a esaurimento dei fondi disponibili.

Tutte le informazioni sull'istruttoria possono essere richieste telefonicamente all'Ufficio Sviluppo Imprese (0432.273828/273523) o via mail (sviluppoimpresa@ud.camcom.it).

IN BREVE

VADEMECUM PER L'AUTO

Un quadro completo sui consumi di carburante delle auto in commercio sul mercato italiano e sulle loro emissioni di anidride carbonica. Lo offre ai consumatori il vademecum realizzato dal Ministero dello Sviluppo Economico (con la collaborazione dei Ministeri dell'Ambiente e dei Trasporti, delle principali case automobilistiche e di alcune associazioni di categoria) per fornire un'informazione puntuale sull'acquisto consapevole dell'auto. Obiettivo, promuovere la tutela ambientale e il risparmio energetico in base ai dettami del protocollo di Kyoto. La guida è disponibile gratuitamente all'Ufficio Arbitrato e Conciliazione della Cciao di Udine e scaricabile dal sito ministeriale www.sviluppoeconomico.gov.it

ATTENZIONE ALLE FALSE TELEFONATE DI RICHIESTA DATI

Attenzione alle false telefonate. L'appello è della Camera di Commercio di Udine, che continua a raccogliere segnalazioni di imprese e cittadini che hanno ricevuto telefonate da sedicenti funzionari della Cciao. Questi, col pretesto di provvedere ad aggiornamenti o indagini, chiedono informazioni sulle coordinate bancarie, dati anagrafici, fiscali o altri riservati. Nel sottolineare che la Camera di Udine non ha in atto alcuna iniziativa del genere, gli uffici invitano le imprese a diffidare e non fornire informazioni. Ogni volta che è partita un'iniziativa di raccolta dati, la Cciao ha sempre avvertito prima, con lettera, fax, mail o comunicato sul sito e/o sui mezzi di informazione. L'unica volta che ha lavorato mediante call center, l'operatore si presentava con nome e cognome e indicava il referente Cciao con dati anagrafici, ufficio e numero di telefono diretto. Per info, Urp: 0432.273543.

Camera di Commercio Udine ricerca & formazione

Azienda Speciale Ricerca & Formazione

formazione per lavorare in sicurezza

TITOLI CORSI

Continua la programmazione sul versante della Formazione riguardante la Sicurezza nel lavoro con un nuovo ciclo di corsi:

[FORMAZIONE PER RLS RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA]

Durata: 32 ore
Calendario Maggio 2009
Costo 450,00 €

[DATORI DI LAVORO CON FUNZIONI DI RSPP]

Durata: 16 ore
Calendario Maggio 2009
Costo 240,00 €

[ADDETTI ANTINCENDIO IN ATTIVITÀ A RISCHIO DI INCENDIO BASSO]

Durata: 4 ore
Calendario Maggio 2009
Costo 60,00 €

[SEDE]

Viale Palmanova, 1/3 - 33100 Udine

[INFORMAZIONI]

Ricerca & Formazione
viale Palmanova 1/3 - 33100 Udine
tel. 0432/526333 fax 0432/624253
mail ricercaformazione@ud.camcom.it

investire in professionalità

TITOLI CORSI

Le sfide che le aziende devono affrontare nel futuro coinvolgono sempre più le competenze relative alla comunicazione, alla creatività e alla organizzazione del lavoro. Obiettivo di questa proposta sarà quella di sviluppare le specifiche competenze professionali, migliorare le abilità e gli stili comunicativi, valorizzare le proprie capacità organizzative.

[PARLARE IN PUBBLICO]

Preparare, organizzare e condurre un intervento in situazione pubblica.
15 ore - Costo 230,00 €

[GESTIRE UN GRUPPO DI LAVORO]

Acquisire le competenze relazionali e gestionali per la conduzione di un gruppo di lavoro.
12 ore - Costo 180,00 €

[TECNICHE DI VENDITA PER VENDITORI PROFESSIONISTI]

Sviluppare il rapporto di vendita e fidelizzare il cliente.
15 ore - Costo 230,00 €

[PROJECT MANAGEMENT]

Gestire il processo per l'implementazione di un progetto.
18 ore - Costo 270,00 €

05/2009

I contenuti e le informazioni sui corsi sono disponibili sul sito www.ricercaformazione.it

Parte da Monaco di Baviera un'iniziativa che promuove il territorio friulano in alcune città dell'Europa Centrale

CAMERA DI COMMERCIO

IL PROGETTO

Eccellenze in tour

Pilastri dell'evento i settori agroalimentari, turismo e la nautica



to, promuove il turismo nautico e tutte le attività economiche, produttive e sociali a esso collegate e collabora con la Camera di Commercio per qualificare e incrementare l'attività del settore. Un'ottima, imperdibile occasione, dunque,

L'idea nasce dalla collaborazione tra la Cciaa e la Provincia di Udine (assessorato al turismo)

Chiara Pippo

Una nuova collaborazione sinergica tra la Camera di Commercio e la Provincia di Udine (assessorato al turismo) si sintetizza in un concetto, che è riassunto, a sua volta, di un'iniziativa concreta: "Eccellenze in tour". Prenderà questo nome, infatti, il progetto che avrà come format la presentazione del territorio friulano, delle sue peculiarità culturali ed economiche, in alcune città strategiche dell'Europa centrale.

Si parte da Monaco di Baviera, e precisamente dalla prestigiosa Mercedes Arena, dove si ar-

In tutta la regione, le imprese navalmeccaniche con le loro localizzazioni sono 399, con circa 3 mila 700 addetti

riverà il 18 maggio. Se l'agroalimentare e il turismo sono i pilastri dell'evento, l'occasione vedrà protagonista, affiancata "gustosamente" da Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori, anche uno dei fiori all'occhiello del territorio: la nautica.

Durante l'happening di Monaco, infatti, ampio spazio sarà dato alla pre-

sentazione di Assonautica Udine, associazione provinciale per la nautica da diporto, costituita alla fine dello scorso anno, che promuove in forma di sistema uno dei settori più significativi dell'economia friulana e riunisce realtà istituzionali e aziendali.

La costituzione della sezione provinciale udinese è avvenuta dunque con l'intento di dare un seguito concreto alle attività già promosse dalla Cciaa per il settore della nautica da diporto regionale.

Comparto che, in provincia, coinvolge 12 Comuni che ospitano oltre 25 tra porti, marina, darsene e approdi, cir-

ca 7 mila 800 posti barca attrezzati e impiega 250 addetti, con un fatturato medio per porto turistico di 1 milione di euro. In tutta la regione, solo le imprese navalmeccaniche con le loro localizzazioni sono in tutto 399, con circa 3 mila 700 addetti: Udine ha il maggior numero di localizzazioni attive, 149.

«La nautica da diporto – ha spiegato il presidente Da Pozzo – rappresenta una delle eccellenze della nostra economia ed è un settore estremamente trasversale, che coinvolge realtà del manifatturiero, dell'artigianato, del turismo, dei servizi, dell'agricoltura. Realtà che fino a poco tempo fa

hanno sofferto la mancanza di essere all'interno di un percorso di filiera e che vanno perciò rappresentate unitariamente».

Da Pozzo sta portando avanti anche il dialogo con le altre province e Camere di commercio regionali, «per arrivare alla costituzione – ha detto – di un vero e proprio distretto della nautica da diporto, perché l'intero settore diventi sistema e, come tale, possa presentarsi con più forza anche sui mercati internazionali».

Assonautica Udine esercita a livello provinciale tutte le attività necessarie allo sviluppo della nautica da dipor-

quella della prima tappa delle "Eccellenze in tour", per promuovere il comparto in un Paese strategico come la Germania.

Assieme all'agroalimentare (nella stessa giornata, peraltro, ci sarà a Monaco un evento organizzato dal Consorzio Colli Orientali) e, più in generale, al turismo, sarà dunque un'opportunità di primo piano per illustrare le specificità di filiera del Friuli, esperienza che sarà ripetuta in altre città dell'area, come Vienna, e dell'Italia del nord. Perché il nome del Friuli diventi itinerante, un passaparola, come il progetto stesso.

COMPARTO VITIVINICOLO

Educational tour rivolto alla stampa estera

Tre giorni all'insegna dell'eccellenza del vino friulano

«Promuovere la filiera vitivinicola regionale nell'ottica del sistema è essenziale per far conoscere le nostre eccellenze del vino sui mercati esteri». Lo ha affermato la componente della Giunta camerale udinese Elsa Bigai, a commento della serata promossa dalla Cciaa di Udine all'enoteca "De Feo" di Cividale del Friuli, nel contesto dell'educational tour rivolto alla stampa estera specializzata nel comparto vitivinicolo. «I giornalisti stranieri, in particolare gli inviati canadesi e australiano – ha proseguito Bigai, intervenuta alla cena insieme ai vertici del Consorzio Colli Orientali del Friuli (il presidente Pierluigi Comelli, il vice Germano



Zorzettig, il direttore Mariano Paladin) e al presidente dell'Associazione Schiopettino di Prepotto Giulio Ceschin - hanno dimostrato di avere già una buona conoscenza delle realtà vitivinicole friulane e delle produzioni regionali. Iniziative di questo tipo, quindi, so-

Il settore enologico italiano nel 2008 ha registrato un incremento nelle esportazioni del +0,8%

no utili per dare impulso alla presenza dei nostri vini sui mercati internazionali, attraverso una promozione mirata e di qualità».

Arrivati in Italia in occasione della diciassettesima edizione del Concorso enologico internazionale (la tradizionale manifestazione che precede la fiera Vinitaly di Verona, di cui l'Istituto nazionale per

il commercio estero-Ice è partner organizzativo), i 42 giornalisti stranieri della commissione di valutazione della gara, suddivisi in 4 gruppi, hanno partecipato ad altrettante visite guidate nelle aree di produzione vinicola più rappresentative del Nordest: i Colli Orientali del Friuli, la provincia di Venezia, la zona di Cortona e quella del Soave.

Dieci i rappresentanti della stampa estera (in arrivo, oltre che da Australia e Canada, da Slovacchia, Portogallo, Lituania, Austria, Francia e Bulgaria) ospitati nell'area dei Colli Orientali del Friuli con la collaborazione del locale Consorzio, che nella tre giorni friulana hanno avuto la possibilità di visitare



aziende e cantine di Cividale, Corno di Rosazzo, Manzano, nonché la località di Ramandolo.

Gli educational tour, così come il Concorso enologico s'inseriscono nel quadro delle iniziative promozionali promosse dall'Ice a sostegno del settore enologico italiano.

Un comparto che nel 2008, nonostante la difficile congiuntura economica, ha registrato un incremento nelle esportazioni del +0,8%, per un valore complessivo di 3,5 miliardi di eu-

ro. Le potenzialità di crescita del settore, secondo l'Ice, sono ampie: bisogna puntare all'ampliamento dell'offerta regionale e alla maggiore diversificazione della distribuzione geografica, nonché all'implemento della leva promozionale. A questo proposito, l'Ice ha predisposto una serie di iniziative per sostenere il comparto nazionale del vino sui mercati esteri, tra cui la partecipazione a eventi fieristici in Europa, nel Nord America e in Estremo Oriente.

M.P

Grande successo della nostra regione alla quarantatreesima edizione di Vinitaly

CAMERA DI COMMERCIO

IL CONSUNTIVO

Habemus Friulano

Battezzato nell'occasione il vino bianco. Settemila le spille dedicate all'evento



GUIDA AI VINI

Domande entro il 30 aprile

Scade il 30 aprile il termine per presentare le domande di adesione alla Guida ai Vini 2010. Il regolamento completo e il modulo di partecipazione, che va fatto pervenire all'Ufficio Agricoltura della Cciaa di Udine (tel. 0432.273283; fax 0432.509469; e-mail: agricoltura@ud.camcom.it), sono disponibili sul sito web camerale (www.ud.camcom.it). Il via ufficiale alla nuova edizione, la nona nella storia del vademecum edito di concerto dai quattro enti camerali della regione e sostenuto fin dall'inizio dalla Banca Friuladria-Credit Agricole, è stato dato durante l'annuale festa dedicata alle eccellenze vitivinicole (vini tre stelle e due stelle con menzione speciale) dell'edizione 2009. Un



appuntamento che ha richiamato molti operatori del settore (aziende, enologi, sommelier, giornalisti) e che tradizionalmente celebra il ruolo di promotore del territorio regionale e delle sue bellezze paesaggistiche-culturali assunto negli anni dalla Guida anche nell'ambito dei progetti d'internazionalizzazione.



Marzia Paron

Massima visibilità per la Guida ai Vini alla quarantatreesima edizione della kermesse veronese "Vinitaly".

La pubblicazione 2009 dedicata alle eccellenze regionali del vino, curata ed edita come di consueto dalle quattro Camere di Commercio del Friuli Venezia Giulia, è stata distribuita a centinaia di visitatori e appassionati, nonché a produttori e aziende del settore vitivinicolo.

Un prezioso omaggio al quale, quest'anno e appositamente per l'occasione fieristica, è stato abbinato anche lo shopper monogrammatico a promozione della Guida e del territorio regionale.

Il sistema camerale del Friuli Venezia Giulia ha infatti partecipato all'evento con un proprio stand di 12 metri quadri

(accanto alle aziende che da anni collaborano alla buona riuscita del vademecum), nel contesto della collettiva guidata dall'agenzia regionale Turismo Fvg.

Il Vinitaly, dunque, ancora una volta si è dimostrato un evento di riferimento per il mondo dell'enologia e un'importante vetrina per il "Vigneto Friuli", ampiamente rappresentato dalla Guida che è stata distribuita anche agli oltre 500 partecipanti dei 17 laboratori di degustazione e abbinamento vino-specialità regionali (in particolare, l'accostamento tra il prosciutto di San Daniele e il Friulano e quello tra l'asparago bianco e i vini del Collio) organizzati da Turismo Fvg.

Sono i numeri a decretare il successo e l'apprezzamento della nostra produzione vitivinicola (secondo le stime di Coldiretti Fvg, il

L'ampio stand Fvg (400 metri quadri), ha ospitato 220 aziende, per un totale complessivo di 235 tipologie di vino offerti a degustazione

valore commerciale del vino prodotto in regione è pari a 100 milioni di euro, con positive ricadute sull'enoturismo) alla manifestazione di Verona: gli spazi dell'ampio stand regionale (400 metri quadri), hanno ospitato 220 aziende, per un totale complessivo di 235 tipologie di vino offerti a degustazione e oltre 3 mila bicchieri serviti. Sono stati soprattutto i vini bianchi i protagonisti della cinque giorni veronese, affiancati dai rossi autoctoni e non, dai due

dolci Docg e dalle "bollicine".

A richiesta, inoltre, sono state distribuite più di 3 mila brochure informative e 7 mila spille dedicate al vino Friulano, "battezzato" ufficialmente proprio al Vinitaly.

Una ventina, invece, le persone impegnate allo stand regionale, tra cucina, banco di mescita, servizio e personale dei consorzi. In crescita, secondo i dati dell'organizzazione fieristica, la presenza degli operatori stranieri al Vinitaly, molti dei quali in visita anche agli spazi del Friuli Venezia Giulia.

L'edizione 2009, infatti, ha richiamato a Verona 45 mila visitatori in arrivo da 110 Paesi esteri (circa 2 mila in più rispetto all'anno precedente), nonché oltre 2 mila 400 rappresentanti della stampa internazionale specializzata.



Il Ministro dei Beni Culturali, Sandro Bondi, ha scelto Milano e i padiglioni di Fieramilanocity per esporre il David di Donatello appena restaurato, normalmente conservato al Museo del Bargello di Firenze. L'esposizione straordinaria si colloca in concomitanza con la Campionaria delle qualità italiane, la manifestazione promossa da Fondazione Symbola e Fiera Milano che si svolgerà quest'anno dal 7 al 10 maggio, happening interamente dedicato alle eccellenze italiane,

dall'artigianato all'industria, dall'architettura alle nuove tecnologie, dall'agroalimentare al terzo settore. E alla Campionaria, non potevano certo mancare le eccellenze friulane, che la Camera di Commercio di Udine sta "selezionando" per arricchire un calendario di iniziative già fittissimo. Si può già preannunciare che, in questa occasione, la presenza friulana si concretizzerà in degustazioni, presentazioni di rassegne gastronomiche, confronti di prodotti, ri-

CAMPIONARIA QUALITÀ ITALIANE

Dal 7 al 10 maggio

Eccellenze friulane in mostra

cette, assaggi di eccellenze, insomma, una promozione a 360 gradi del meglio della produzione agroalimentare del territorio friulano. A coordinare l'evento sarà l'esperto da Walter Filiputti, ormai abituale "mattatore" degli eventi enogastronomici della Cciaa. Filiputti avrà il compito di presentare i prodotti regionali che sempre più spesso compaiono nei menù di prestigiosi ristoranti e nelle vetrine delle gastronomie nazionali ed estere. Tante iniziative si svolgeranno con la collaborazione del Parco Agroalimentare di San Daniele, area vasta fondamentale per il settore in provincia. La Fiera di Milano si pone, dunque, come un racconto, "per cam-

Walter Filiputti avrà il compito di presentare i prodotti regionali

pionature", di quel made in Italy che, puntando sulla tradizione, l'innovazione, il territorio e la creatività, ha saputo affermarsi nel mondo e continua ad essere un motore economico anche in tempi difficili come questi. Un modo per diffondere le migliori pratiche imprenditoriali e disegnare i contorni di un sistema economico che esprime valori unici: stili di vita, identità, storia, conoscenza e ricerca, ma anche responsabilità verso i cittadini, i consumato-

ri, l'ambiente e la società. Non una semplice fiera, ma un vero e proprio evento mediatico, un punto di riferimento per quanti, nel mondo, importano, commercializzano, vendono, "provano", si confrontano con la qualità italiana. Il David di Donatello rimarrà a Fieramilanocity anche dopo la Campionaria, fino al 31 maggio, e sarà visitabile gratuitamente dalle 10.30 alle 19.30 durante la Fiera e, successivamente, tutti i giorni dalle 10 alle 19, grazie alla collaborazione di Fondazione Fiera Milano e Fiera Milano Congressi. La Campionaria delle Qualità italiane occuperà i padiglioni del polo urbano della Fiera; una ricca agenda di appuntamenti, promossi e

curati dalla Fondazione Symbola, sui temi dell'economia, del territorio, della ricerca, dell'innovazione, saranno l'occasione per approfondire i temi della qualità attraverso la conoscenza e l'esperienza dei suoi protagonisti. Particolare rilievo verrà dato agli incontri con gli imprenditori e le realtà istituzionali che racconteranno la loro storia e come la qualità è stata da loro interpretata e declinata. L'ingresso sarà gratuito. Per concludere con le cifre, che sempre rendono al meglio la portata dell'evento, la prima edizione de "La Campionaria delle Qualità Italiane" ha registrato 30.000 visitatori, 600 presenze espositive, 80 appuntamenti e 350 relatori.

Un progetto porta alla riscoperta di un prodotto agroalimentare

ENOGASTRONOMIA

IL PAN DI SORC

Sapori del passato

La filiera contribuisce alla rinascita di alcune coltivazioni come la segale e il cincuantin

Adriano Del Fabro

Il progetto Pan di Sorc, coordinato dall'Ecomuseo delle acque del Gemonese "Mulino Cocconi", ha una forte valenza territoriale. Infatti, si tratta della riscoperta e valorizzazione di prodotto agroalimentare tradizionale intesa come strumento strategico per occuparsi attivamente del territorio, intervenire sulla qualità della vita e del paesaggio, creare una rete di scambi e relazioni con enti, istituti e associazioni per contribuire a introdurre pratiche di sviluppo rurale incentrate sulla sostenibilità ambientale.

Il pan di sorc (era) è un pane dolce, speziato, realizzato con la miscela di tre farine diverse: mais cinquantino, frumento e segale, tipico della zona di Buja e Arterga, dove veniva prodotto soprattutto nel periodo natalizio. La conoscenza del pan di sorc era diffusa fino agli Sessanta, quando il pane si trovava ancora in vendita, sotto forma di pagnottelle dolci, nelle rivendite e nei panifici di tutto il Gemonese. Secco e sminuzzato, diventava un ingrediente fondamentale nella preparazione dei crafùs, una sorta di saporita polpetta preparata dai norcini della pedemontana, a ba-



GLI OBIETTIVI

A Natale nei panifici

Il progetto del Pan di Sorc del Gemonese è stato finanziato dal GAL Euroleader, Fondo aggiuntivo regionale per l'iniziativa comunitaria LEADER+, con circa 50mila euro. E, dunque, un progetto integrato pubblico/privato che interessa il territorio di un'unità geografica omogenea denominata Campo di Osoppo-Gemona. Capofila del progetto è l'Associazione culturale CEA Mulino Cocconi. Nel Natale 2009, probabilmente, il pan di sorc potrebbe riaffacciarsi nei panifici del Gemonese visto che alcuni agricoltori stanno coltivando il cincuantin, la segale e il frumento e un paio di artigiani si sono resi disponibili per la trasformazione delle farine. Per i coltivatori si potrebbe attivare un piccolo giro d'affari pari a 30-35mila euro, mentre per la commercializzazione del prodotto finito si salirebbe a 120 mila euro.

se di fegato e reni di suino (con uva passa, mele e diverse spezie), e inserita nell'elenco dei prodotti tradizionali del Friuli Venezia Giulia.

Alla base della produzione del pan di sorc, dunque, vi sono tre farine di cereali di cui due "minori": la segale e il cincuantin. Quest'ultimo è

un mais a ciclo breve (cincuantin sta per cinquanta giorni di ciclo vegetativo), tradizionale, poco produttivo, ma dalla farina dal sapore dolce, di alta qua-

lità. La filiera del pan di sorc vuole contribuire alla rinascita economica di queste coltivazioni, inserendo gli agricoltori in una catena di produzione che non perda valore nei passaggi tra i vari anelli di cui è composta.

Idea ispiratrice del progetto è il raccordo che si è attivato tra agricoltori, mugnai e forni del Gemonese, con i consumatori.

Il modello di filiera corta che vi viene prospettata consente di promuovere e gestire al meglio la produzione e la distribuzione, caratterizzata da un legame tra chi produce e chi consuma, garantendo al primo un adeguato ritorno economico, al secondo la possibilità di una condivisione qualitativa che vada oltre la semplice azione d'acquisto.

La filiera coinvolge un numero elevato di attori. L'Associazione Italiana Agricoltura Biologica (Aiab) che, attraverso i propri agronomi, fornisce il supporto tecnico e metodologico agli agricoltori; il mulino di Godo che macina in loco la granella di mais destinata alla filiera; i panificatori del Gemonese e il Forno Arcano (di Rive d'Arcano) che si sono impegnati per la riproposizione della ricetta, pubblicata nel 2005; l'associazione Lady Chef che impegna le risorse profes-

Secco e sminuzzato diventava un ingrediente fondamentale nella preparazione dei crafùs, una sorta di saporita polpetta

sionali delle socie per sperimentare nuove proposte culinarie utilizzando il pan di sorc; l'Ecomuseo del Casentino (in Toscana) e l'Ecomuseo di Vanoi (in Trentino) che mettono a disposizione degli operatori del Gemonese la propria esperienza formativa; i Comuni di Buja, Gemona del Friuli, Majano, Montenars e Reana del Rojale che garantiscono sostegno alle iniziative di valorizzazione culturale; l'Ecomuseo della segale (attivo all'interno del Parco naturale delle Alpi Marittime, in Piemonte), il Consolato Italiano del Messico e le scuole che sono testimoni di scambi rivolti agli studenti, finalizzati alla trasmissione di antiche conoscenze e saperi legati alla cultura e alla trasformazione del mais.

Ora il pan di sorc è anche un marchio collettivo tutelato dal deposito presso la Camera di Commercio di Udine.

IL RISTORANTE DEL MESE

Al Cercjeben

Pronte le "delicatezze" primaverili

È a due passi da Udine. Vi si mangia bene, a un prezzo corretto. Il locale è accogliente; premurosi i suoi titolari. È il ristorante Al Cercjeben di Colloredo di Prato, attivo da luglio 2002 grazie ai fratelli Cristina e Davide Del Torre (noti nel capoluogo friulano per aver gestito il Bar Americano).

"La nostra cucina - dice Davide - è schietta, tradizionale, ma anche piacevolmente contagiata dalla cultura mediterranea. Proponiamo ricette antiche, altre le rivisitiamo. Operiamo una ricerca accurata sugli ingredienti. Così, per esempio, possiamo elaborare piatti a base di paste fatte in casa con farine locali (tutte del mulino di Trivignano Udinese) e altri con quelle

trafilate a bronzo (di tradizione campana). Siamo convinti assertori degli oli biologici, del Garda e pugliesi (ce li fornisce la Bioteca di Udine). Naturalmente, ci affidiamo molto alle prelibatezze del territorio (cucina a chilometro zero, per intenderci), attingendo sovente alle coltivazioni spontanee. Stesso concetto per formaggi (caprini e vaccini della Agrisiomon di Colloredo di Prato), carni (tenuta Bergamasco di Spessa di Cividale) e pesci (solo freschi). Da ricordare le serate a tema (in maggio la Cena delle conchiglie: dieci portate di crostacei...). Paste e dolci li facciamo in casa".

"Nostro orgoglio - dice ancora Davide Del Torre - è quello di abbinare la qualità dell'ingrediente

all'equilibrio dei gusti. E dunque, se serve, per insaporire i cibi usiamo anche il burro e l'olio di semi di girasole".

Mentre Dario e Cristina seguono con cura la sala, in cucina c'è mamma Sara Rapretti a coordinare il lavoro di due lady-chef e di un cuoco. Gli esisti sono davvero coinvolgenti. Qualche esempio per capire. Anzitutto c'è un'attenta selezione di salumi, e non solo regionali come lo speck, la pettina e la petuccia, ma anche di altre realtà italiane, abbinati a salse, mostarde e mieli.

Poi ci sono le "delicatezze" primaverili. A cominciare dallo Strudel con i ricercati asparagi di Colloredo, ricotta e uova; o la Tometta (piccola forma di formaggio vaccino) servi-

ta con misticanza e fragole e condita con balsamico allo zafferano.

Tra i primi, molto richiesto il Risottino con veri asparagi selvatici (non urticioni), con un po' di pancetta per "addolcire" l'amarognolo dei turioni. Ma vanno forte pure gli Gnocchi alla parisienne, la cui pasta è fatta con asparagi cotti e tritati (amalgamati con besciamella), gratinati al forno con scaglie di Montasio.

Anche i secondi prendono per la gola, come la Presa iberica (sapida tagliata di Pata negra) o la Rosticiada di vitellone con patate saltate con cipolla di Tropea (il fornitore è l'udinese Fruttolandia, di piazza San Giacomo).

Il dolce più gettonato è



il Mirtillotto, ricorda il tiramisù con crema Chantilly. Ma un buon appeal vantano pure la Crema con gelatine di grappa e frutti di bosco, le Torte di pere e di mele o il Bisquit alla stracciatella.

Buona la carta dei vini (seguita da Davide): soprattutto territoriali, con particolare attenzione agli autoctoni. Se si vuole restare al vino della casa, l'etichetta è quella di Gil-
do (Colli di Spessa).

Prezzo medio: 25-30

euro pro capite, più bevande.

Il ristorante Al Cercjeben - Là che si cercje di gust si trova in via Udine 60, a Colloredo di Prato. Telefono 0432-652527. Sito www.alcercjeben.it; e-mail: info@alcercjeben.it. Tre le sale fruibili (un centinaio di commensali). Chiusura: tutto il lunedì e martedì sera. Sono accettate le carte di credito. Disponibile un ampio parcheggio.

Bruno Peloi

La cooperazione fa i conti con la crisi: quali scenari, quali soluzioni

COOPERATIVE

CONFCOOPERATIVE

Coop alla riscossa

C'è una contrazione ma fioccano le iniziative concrete a favore di diversi settori

Martina Seleni

Quali sono i riflessi della crisi economica sul mondo della cooperazione in Friuli?

«Confcooperative Udine Associazione Cooperative Friulane – spiega il presidente Zamparo – attraverso un'abitualità indagine su un panel di imprese associate ha potuto valutare il "sentiment" di una leggera contrattura dei fatturati per l'esercizio 2009».

Va altresì evidenziata come vi è una differenziazione tra i diversi settori. «In agricoltura – prosegue Zamparo – i prezzi dei cereali si sono contratti decisamente rispetto al 2008 ed alcune cantine sociali scontano il calo dell'export verso Paesi tradizionali importatori».

Vi è una contrazione sia per le imprese di produzione che per quelle di servizi.

«Bisogna dire – precisa il Presidente – che i maggiori problemi sono deri-



Alcune cantine sociali scontano il calo dell'export verso Paesi tradizionali importatori

vati dalle difficoltà di incasso dei crediti e dalla problematicità di accesso al credito».

Il lato occupazionale, invece, non evidenzia con-

trazioni significative.

«Il nostro sforzo – continua Zamparo – si è articolato in una serie di iniziative concrete. In primo luogo abbiamo partecipa-

to al tavolo di concertazione regionale, promosso dall'assessore Rosolen, che ha portato al protocollo d'intesa sugli ammortizzatori sociali in deroga,

L'associazione si è impegnata a risolvere il problema della pesca regionale

riconoscendo la tutela anche a quei lavoratori delle cooperative che prima ne erano esclusi».

L'associazione si è poi impegnata per risolvere il problema della pesca regionale.

«In un recente incontro con il Presidente Tondo, l'assessore all'agricoltura Violino e politici di entrambi gli schieramenti – aggiunge Zamparo – ho personalmente chiesto l'intervento del governo regionale per il completamento dell'iter necessario all'attribuzione delle concessioni nella Laguna di Marano per sviluppare i progetti di acquacoltura, nonché di estendere la cassa integrazione guadagni straordinaria anche ai marittimi imbarcati».

Mi sono poi attivato per risolvere il problema di Finreco: l'assessore Ciriani si è sempre dimostrato disponibile, mi auguro che si trovi presto una soluzione positiva».

Non bisogna poi dimenticare l'opera delle Banche di Credito Cooperative, associate a Confcooperative, che agiscono secondo i principi della "finanza per lo sviluppo" e dell'economia reale.

«Il Credito Cooperativo regionale – ha concluso il Presidente – risponde concretamente alla difficile congiuntura economica e a differenza di altre realtà bancarie, non ha attuato strette creditizie».

In sinergia con la Regione, la Federazione delle Bcc è in prima linea con una serie di interventi mirati: dagli ammortizzatori per le famiglie in difficoltà, al sostegno alle piccole e medie imprese con strumenti agevolati, che comprendono sia gli interventi a sostegno della liquidità aziendale che per lo sviluppo».

LEGACOOP

I dati

Non si smette di investire

«**P**er contrastare la crisi mondiale in atto, è necessario promuovere strumenti di sostegno per i lavoratori delle imprese in difficoltà. In quest'ottica Legacoop Fvg ha raggiunto un risultato significativo con il sostegno della Regione Fvg. Per la prima volta, infatti, abbiamo ottenuto che anche i soci delle cooperative storicamente escluse da qualsiasi forma di tutela del reddito possano usufruire degli ammortizzatori sociali». Lo sostiene Renzo Marinig, presidente di Legacoop Fvg, che evidenzia anche come le cooperative continuino a investire: le immobilizzazioni effettuate nel 2007 dalle 93 realtà monitorate dall'associazione si attestano infatti a oltre 49 milioni di euro, trend seguito anche nel 2008. «Nonostante la riduzione dei consumi abbia portato ad una diminuzione del fatturato, soprattutto nei settori dell'agroalimentare e dei servizi – prosegue Marinig – il sistema cooperativo non smette di investire: riteniamo che questa sia una



Per la prima volta i soci delle Cooperative potranno usufruire quest'anno degli ammortizzatori sociali

strada da percorrere per uscire dal difficile periodo che l'economia sta vivendo». Oltre a sostenere i progetti di sviluppo delle associate Legacoop Fvg in questi ultimi mesi si è attivata, assieme a Confcooperative Fvg e Agci Fvg, in un'attività di sensibilizzazione concertativa nei confronti delle istituzioni. Fino al 2008, infatti, il protocollo d'intesa tra la Regione Fvg e le parti sociali non prevedeva uno specifico intervento per le imprese escluse dagli ammortizzatori sociali. Oggi, invece, i lavoratori

delle cooperative potranno usufruire di tali benefici attraverso una normativa più allargata (legge 02/09). «Il provvedimento – conclude Marinig – interessa i lavoratori che operano nelle cooperative fornitrici di servizi, come ad esempio le cooperative sociali, quelle che si occupano di pulizia e facchinaggio, quelle che effettuano trasporti o che offrono ristorazione. La possibilità di poter usufruire degli ammortizzatori sociali ci permette di guardare al futuro con un po' più d'ottimismo».

AGCI

Promosso un incontro

Prove tecniche di unità

Obiettivi comuni, un solo portavoce, unità. Sono questi i valori condivisi dai Presidenti regionali delle tre centrali cooperative, Adino Cisilino dell'Agci quale padrone di casa, Franco Bosio di Confcooperative e Renzo Marinig di Legacoop, durante l'incontro del 13 marzo scorso. All'appuntamento, organizzato appunto da Agci per discutere il futuro del settore, hanno partecipato anche il vicepresidente nazionale dell'associazione Carlo Scarzanella e il consigliere regionale Franco Dal Mas. L'Associazione Generale delle Cooperative Italiane (Agci) opera in Friuli Venezia Giulia da oltre 35 anni riunendo attualmente un centinaio di realtà per un migliaio di lavoratori.

Durante il meeting Cisilino ha parlato di "unità con pari dignità", sottolineando l'importanza di valorizzare le tre storie diverse e parallele delle centrali. Marinig ha espresso la necessità di "lavorare uniti", indicando anche il nodo della sostenibilità di tre diverse organizzazioni di servizio alle società presenti sul territorio. Anche Bosio si è richiamato a "obiettivi condivisi",

citando quanto già fatto sul fronte finanziario con Finreco, ma anche chiedendo un'azione unitaria nei confronti della Regione per sostenere la finanziaria cooperativa in un momento in cui l'accesso al credito è uno dei problemi più sentiti dalle associate.

«Finreco rappresenta uno strumento importante – ha poi sottolineato Cisilino – per la tenuta finanziaria delle cooperative e per la loro crescita, soprattutto in questo momento delicato per l'economia». Per il Presidente di Agci, però, la finanziaria deve concentrarsi sul proprio core business di fi-

nanziamento e di garanzia alle società. «Al tempo stesso – ha concluso Cisilino – la Regione deve dare a Finreco risorse adeguate per svolgere questo ruolo. Il suo futuro, certamente, vedrà la necessità di un'alleianza e un'aggregazione con altre realtà simili sulla strada per diventare istituto ex 107. Siamo contrari a fusioni a freddo, come visto recentemente in ambito partitico. Auspichiamo che Finreco continui il dialogo con finanziarie cooperative che condividono gli stessi principi di base, come quella del Trentino, per giungere presto a un'aggregazione».



Recentemente l'Agci ha promosso un incontro tra i vertici delle tre centrali cooperative del FVG

Confronto tra Confindustria e Delegazione provinciale dell'ABI

INDUSTRIA

L'INCONTRO

Rafforzare il credito

Si chiede risposte certe da parte delle banche alle richieste di finanziamento delle imprese

Risposte certe in tempi brevi da parte delle banche alle richieste di finanziamento avanzate dalle imprese, considerazione della capacità imprenditoriale nella valutazione delle imprese, impegno a ricercare le soluzioni adeguate per sostenere le imprese in condizioni di difficoltà, iniziative comuni nei confronti della Regione per migliorare e rafforzare le condizioni di accesso al credito delle piccole e medie imprese: queste le conclusioni dell'incontro che il Comitato di Presidenza di Confindustria Udine, guidato dal Presidente Adriano Luci, ha avuto con la Delegazione provinciale dell'Associazione Bancaria Italiana (ABI) coordinata dal dott. Roberto Dal Mas, Direttore Generale della Cassa di Risparmio del Friuli Venezia Giulia, nell'ambito dell'attuazione a livello locale delle intese tra Confindustria ed ABI.

Da parte del Presidente Luci è stata posta in risalto l'esigenza di un confronto continuo tra banca ed impresa perché occorre dare risposte tangibili alle esigenze di credito delle imprese in questa situazione di difficoltà. "Per questo è fondamentale capirsi. Occorre distinguere i diversi aspetti del problema per essere parte della soluzione". "La proliferazione dei tavoli di confronto può rappresentare un limite quando diventa necessario mettere insieme



capacità e risorse per individuare soluzioni "forti" alla situazione di criticità in cui l'economia si dibatte". Per questo Luci ha proposto di concentrare gli sforzi in un unico tavolo di livello regionale anche per promuovere soluzioni che potenzino l'accesso al credito attraverso il rafforzamento degli strumenti messi a disposizione dalla Regione.

L'invito è stato accolto da Dal Mas che ha riconosciuto l'importanza degli strumenti di cui la nostra Regione è dotata per sostenere dal punto di vista finanziario le imprese. Confidi e Friulia costituiscono due punti di riferimento strategici la cui operatività va valorizzata. In particolare su Friulia Dal Mas ha sottolineato come le banche

non costituiscono un ostacolo al necessario impegno della finanziaria regionale nel sostenere le piccole e medie imprese. "Friulia diventi ancora di più uno strumento destinato a far crescere il sistema delle imprese".

Particolare attenzione è stata rivolta nel corso dell'incontro all'esigenza di dare risposte veloci alle richieste delle imprese. Ci sono le regole che vanno rispettate come quelle di Basilea 2, ma è stata riconosciuta l'opportunità di accelerare le procedure per garantire in tempi rapidi certezze alle imprese.

E' stato altresì approfondito il tema della capitalizzazione delle imprese, cruciale in una fase in cui la domanda è calata e le imprese hanno biso-

gno di rafforzare la struttura patrimoniale per far fronte al cambiamento di mercato. In questo senso sono stati discussi meccanismi operativi che agevolino queste operazioni a costi sostenibili anche in prospettiva.

Sono state esaminate le problematiche relative al fenomeno degli insoluti e dei mancati pagamenti da parte della Pubblica amministrazione che non devono costituire un ostacolo all'accesso al credito.

All'incontro faranno seguito gli approfondimenti diretti ad individuare proposte da riportare a livello regionale per potenziare e migliorare l'accesso al credito con il coinvolgimento degli strumenti di cui la Regione dispone.

INTERNET

Sata Hts

Navigare sicuri

Da sabato 18 aprile presso l'Informagiovani di Aviano si potrà usufruire di due nuove postazioni per la navigazione in rete e di un access point wireless per usufruire dei servizi di rete con il proprio personal computer portatile.

Sata HTS Hi-Tech Services, azienda friulana leader nell'ambito della sicurezza informatica, ha fornito al Comune di Aviano l'intera infrastruttura informatica conforme alle più stringenti normative nazionali in materia di antiterrorismo e privacy in vigore in Italia dal 2005. Il cuore dell'infrastruttura è basato su un dispositivo denominato WAS (Wireless Authentication System) che consente di riconoscere in modo sicuro gli utenti che accedono al servizio, di registrare i loro accessi in un registro informatizzato di facile gestione, di amministrare efficacemente l'eventuale tariffazione del servizio e di mettere facilmente a disposizione delle

autorità di controllo i dati secondo formati a loro conformi.

Le nuove postazioni permetteranno la navigazione in rete, l'istant messaging e la stampa da file grazie ai programmi Open Source di cui sono dotati i pc, in modo da offrire un servizio completo all'utenza dell'Informagiovani: tutto questo avverrà in linea con le direttive in tema di antiterrorismo in vigore in Italia dal



Sandro Taddio

2005, consentendo agli operatori di mantenere un registro sempre aggiornato delle persone che accedono e di gestire in maniera efficace la tariffazione.

API

Su 157 progetti presentati, quasi la metà è stata esclusa dai fondi

Innovazione: "Regole da rivedere"

Concorde è l'avviso che sulla ricerca e sull'innovazione in generale si giochi buona parte dei destini del nostro sistema economico e produttivo.

Per sostenere la ricerca industriale, la Regione Friuli Venezia Giulia a partire dal 1978 ha adottato uno strumento di promozione specifico consistente nella legge regionale 3 giugno 1978, n. 47, capo VII, che nel tempo è stato modificato e riformulato numerose volte e che nel complesso ha dato risultati abbastanza soddisfacenti. Purtroppo questi risultati sono stati altalenanti nel tempo, vuoi

per limiti di carattere normativo, vuoi per carenze di finanziamenti.

Ora ci troviamo di fronte proprio ad una di queste fasi di segno negativo, sia per una mancanza di risorse finanziarie che sostengano le iniziative delle imprese in questo campo, sia per una strutturazione del regolamento di esecuzione della legge non adeguato a valorizzare l'attività di ricerca. Il caso più recente è offerto dalle domande presentate dal comparto industriale della nostra Regione fra il 2 ottobre 2007 ed il 31 marzo 2008.

Si tratta di ben 157 progetti riguardanti la ricer-

ca applicata, detta anche ricerca industriale, e lo sviluppo sperimentale, detto anche sviluppo pre-competitivo.

Di queste 157 domande, utilizzando i criteri di valutazione posti dal suddetto regolamento di esecuzione, 2 sole hanno ottenuto una valutazione di livello alto, 73 hanno ottenuto una valutazione di livello medio e 76 una valutazione di livello basso. Solo 5 sono state escluse per parere sfavorevole.

Ora i fondi finora stanziati hanno consentito di coprire solo il fabbisogno delle due imprese di alto livello e delle 73 imprese di medio livello, esclu-

dendo del tutto i progetti classificati di basso livello. Il che potrebbe essere anche non grave cosa in un'ottica di selezione e di premialità per iniziative migliori, purtroppo però se si vanno a considerare le griglie di assegnazione dei punteggi, si potrà rilevare che solo un parametro, sia pure fortemente premiante riguarda l'innovazione del progetto, mentre tutti gli altri e sono ben 10, riguardano aspetti collaterali o derivati, come la localizzazione delle imprese, le collaborazioni con enti di ricerca e con altre imprese, impatti sistemici, incrementi occupazionali, di-



mensione dell'azienda..., indipendentemente dall'apporto che tutti questi fattori hanno dato al carattere di innovazione del progetto medesimo.

Ne discende che con tutta la buona volontà non sempre e non necessariamente i progetti, seppur validi, riescono ad essere finanziati.

Da questa situazione di stallo è necessario uscire urgentemente.

Per quanto riguarda l'aspetto di crisi ogni sforzo rivolto a favori-

re gli investimenti deve essere in questo momento sostenuto, ricercando in settori meno strategici quelle risorse che sono necessarie.

Per quanto riguarda i criteri di valutazione è opportuno mettere mano al regolamento.

Non dimentichiamo che dal 1 aprile 2008 al 30 settembre 2008 sono state presentate altre 101 domande per le quali è lecito attendersi una non completa copertura finanziaria.

Otto giorni di festa per rilanciare il commercio in centro città

COMMERCIO

DAL 29 MAGGIO AL 6 GIUGNO

Shopping...in mostra

Le vendite promozionali dei negozi si svolgeranno in concomitanza con le giornate del Tiepolo

Grande accoppiata, quest'anno, per gli Shopping Days primaverili, che si svolgeranno infatti a Udine in concomitanza con le giornate del Tiepolo 2009.

Evento così importante che le vendite promozionali cittadine, per la prima volta, si allungano addirittura a 8 giorni: da venerdì 29 maggio a sabato 6 giugno.

La manifestazione pro-

L'iniziativa dei Shopping Days compie 13 anni di vita



mossa da Confcommercio ha raggiunto i tredici di anni di vita (la prima edizione, durante la presidenza Tubetti, fu caratterizzata tra l'altro dalla mega-torta in piazza XX Settembre del gruppo Panificatori guidato

dal compianto Carlo Del Torre) e decide dunque di festeggiare questo anniversario con una presenza allargata e alleandosi a una rassegna culturale di straordinario livello che il Comune intende naturalmente sfruttare

anche a fini turistici.

Sarà un'occasione importante, dunque, per rilanciare il commercio in centro città e riconfermare qualità e professionalità degli operatori udinesi. "La semplicità di Shopping Days è

da sempre il valore aggiunto dell'iniziativa - commenta il presidente mandamentale Pietro Cosatti -.

I cittadini si preparano a trovare un amico pronto a consigliarli e a indirizzarli nella migliore

I commercianti potranno scegliere le modalità promozionali che preferiscono e quindi fare sconti generalizzati su tutti i prodotti



Pietro Cosatti

scelta possibile.

È l'unico modo per difendere il nostro patrimonio più importante: la clientela.

Un cliente che quest'anno sarà pure beneficiario della straordinaria occasione offerta dal Comune con le giornate del Tiepolo. Non abbiamo esitato ad approfittare dell'opportunità e abbiamo dunque deciso di collaborare con l'amministrazione per abbinare Shopping Days alla rassegna".

I commercianti potranno scegliere le modalità promozionali che preferiscono e quindi fare scon-

ti generalizzati su tutti i prodotti o individuarne alcuni sui quali praticare prezzi di favore in occasione di questo particolare evento.

Confcommercio sta lavorando con i propri associati per sviluppare anche altre iniziative che attestino la capacità di ospitalità delle aziende udinesi; sarà impegno dell'associazione tenere informati i soci mano a mano che il progetto prenderà forma definitiva.

TERZIARIA CAT 1

Mille operatori coinvolti

Il successo di "Carta Fedeltà"

Con gli ultimi incontri di Aquileia, Tolmezzo e Udine si è conclusa la diffusione sul territorio dei risultati di "Carta Fedeltà", il progetto promosso da Terziaria Udine.

Territorio D'intesa con alcuni comuni - Aquileia, Cervignano, Cividale, Gemona, Manzano, Palmanova, San Daniele, Tarcento, Tolmezzo, Tricesimo e Udine - Ter-

ziaria Cat Udine ha visto coinvolto un campione di quasi mille operatori.

Adesione "Si tratta di un campione particolarmente significativo - sottolinea il presidente di Terziaria Cat Udine Alessandro Tollon - dato che si è superato il 45% del totale dei punti vendita del territorio preso in esame: 937 su 2.072 attività. Le punte - precisa Tollon - sono state quel-

le di Aquileia, con il 75%, di Tolmezzo, con oltre il 68%, e di San Daniele, poco meno del 61%".

Competitività Al termine del progetto, proprio grazie all'alto numero di soggetti interessati che hanno fornito la loro opinione e risposto a vari questionari, rileva anche Cristiano Perosa, vicepresidente provinciale di Confcommercio, "emergono possibili iniziative

per aumentare la competitività del piccolo commercio e recuperare quote di consumo che si sono andate perdendo".

Obiettivi Nel merito, la strategia che ci si pone con l'adesione della "Carta Fedeltà", punta a fidelizzare i clienti a un "circuit" alternativo alla grande distribuzione; valorizzare i negozi dei centri cittadini; accrescere la propensione agli acquisti nei negozi della piccola e media distribuzione; aumentare la capacità di spesa dei clienti che vengono naturalmente avvantaggiati nel caso di utilizzo della carta.

Centro Commerciale Naturale Obiettivo finale, ricorda ancora Perosa, "promuovere il cosiddetto "centro commerciale naturale", un circuito di negozi uniti dal comune intento di offrire alla clientela una qualità concorrenziale dei servizi".

STRATEGIA Quella di "Carta Fedeltà", conclude Tollon, è "una vera e propria strategia di marketing, volta alla fidelizzazione del cliente, che, grazie a questo sistema, potrà aiutare i negozi cittadini a vincere la concorrenza dei grandi centri commerciali".

TERZIARIA CAT 2

Geomarketing

L'alleato virtuale del commerciante



La presentazione dell'iniziativa a Palazzo D'Aronco

Un alleato virtuale per chi vuole aprire un negozio in una zona strategica. Su iniziativa di Terziaria Cat Udine è stato presentato a palazzo D'Aronco, Geomarketing, il progetto realizzato grazie al Bando Invito del programma attuativo per la riqualificazione delle attività commerciali e turistiche.

Lo studio, realizzato con Tellus srl e Sia Consulting, comprende la "mappatura" dei contesti urbani della provincia di Udine e vede inseriti i dati dell'ultimo censimento della popolazione, nonché le aziende presenti al 31 dicembre 2007 (ma c'è la possibi-

lità di aggiornare le informazioni). Se un imprenditore vuole aprire un'edicola, una libreria, un bar o un ristorante a Udine ma non sa dove gli converrebbe farlo, basta che si rivolga al Centro che gli fornirà una risposta dettagliata.

Tutto a portata di "clic", insomma. Perché "pallini" di colore diverso rilevano le tipologie di aziende già insediate e suggeriscono la migliore collocazione della nuova attività. Il sistema è anche in grado di spiegare se le aree vuote non sono state utilizzate per ragioni demografiche o legate ai flussi di traffico.

COMUNE	TOTALE PUNTI VENDITA	CAMPIONE	% CAMPIONE
Aquileia	40	30	75,00
Cervignano del Friuli	158	66	41,77
Cividale del Friuli	139	57	41,01
Gemona del Friuli	117	36	30,77
Manzano	66	32	48,48
Palmanova	92	41	44,57
San Daniele del Friuli	87	53	60,92
Tarcento	64	34	53,13
Tolmezzo	140	96	68,57
Tricesimo	82	34	41,46
Udine	1.087	458	42,13
totale	2.072	937	45,22

650 incontri fra 112 imprese alla prima edizione di MatchingDay

ARTIGIANATO

LA GIORNATA

Cercasi partner

Confartigianato ha risposto alla richiesta delle aziende di facilitare i contatti

Sono stati 650 gli incontri fra le ben 112 imprese (di cui 5 del Veneto e 7 delle province di Trieste, Pordenone e Gorizia) che hanno partecipato il 21 marzo al primo MatchingDay organizzato da Confartigianato Udine che si è svolto alla fiera di Udine.

Particolarmente soddisfatto il direttore di Confartigianato Udine Gian Luca Gortani che ha seguito i lavori di tutta la giornata cominciata con un seminario al quale sono intervenuti il presidente di Udine e Gorizia Fiere Sergio Zanirato, il vice presidente vicario di Confartigianato Udine Franco Buttazzoni e Michele Valerio della società di consulenza Eupragma. "Abbiamo accolto - ha detto Gortani - le sollecitazioni delle imprese ed abbiamo dato vita a un evento che ha raggiunto pienamente gli obiettivi prefissati. Ora ci riproponiamo di organizzarlo nuovamente anche con formule diverse".

"Il 25% delle imprese che hanno partecipato - ha spiegato Luca Nardone, funzionario di Confartigianato Udine che ha organizzato l'evento - è di medie dimensioni, abbastanza strutturate. Hanno infatti complessivamente oltre 650 addetti ed un fatturato stimabile in più di 50 milioni di euro.

Di queste il 75% è costituito da microimprese (meno di 10 addetti). Sono stati presenti anche 4



IN CIFRE

Settori di attività	50% Arredo 27% Impiantisti 20% Costruzioni e finiture 3% Servizi
Campo di attività	63% Attività di produzione 42% Attività di servizio 11% Attività commerciale
Mercato di sbocco	47% Consumatori finali 34% Imprese di produzione 30% Imprese commerciali

studi di progettazione e design".

Le principali richieste sono state di nuovi partner per l'espansione commerciale (nuovi mercati, commercializzazione condivisa); l'integrazione della catena produttiva (offerta e richiesta di semilavorati e lavorazioni/installazioni) ed in-

fine partner per l'avvio di nuove iniziative.

La giornata di quest'anno è stata dedicata al "sistema-casa" (arredo, costruzioni edili, impianti, finiture, materiali, servizi).

Ma come si è svolto in pratica l'evento? La segreteria organizzativa ha preparato un'agenda di

appuntamento, sulla base delle informazioni che le aziende partecipanti avevano fornito con la scheda di iscrizione, cercando di far incontrare domanda ed offerta di servizi e prodotti, ma anche azzardando alcuni incontri che potessero essere di stimolo per far emergere interessi e progetti nuovi.

Gli incontri si sono svolti in due momenti diversi: al mattino quelli programmati e nel pomeriggio quelli su richiesta e liberi.

Tutti gli incontri sono stati programmati in successione su turni di 15 minuti al termine dei quali gli imprenditori cambiavano tavolo e quindi interlocutore, iniziando il dialogo con una nuova impresa.

L'INDAGINE

Voglia di informatica

Anche per un artigiano e per una microimpresa è importante capire cosa 'si cela' dietro la sigla "ICT".

L'Information Technology è un settore che si sta sempre più sviluppando con delle potenzialità ancora nascoste.

Le tecnologie della comunicazione e dell'informazione aprono infatti la porta ad una serie sempre più ampia ed interessante di vantaggi.

Tra gli associati stessi a Confartigianato Udine ci sono anche molti artigiani e piccoli imprenditori per cui l'informatica rappresenta un vero e proprio mestiere, nel senso più pieno e innovativo del termine.

Per questo il Consiglio provinciale della categoria "informatici" ha deciso di mettere a disposizione le proprie competenze per un progetto che punta a migliorare il livello di utilizzo delle ICT da parte degli altri associati.

Questa iniziativa si pone alcuni obiettivi generali:

1. sensibilizzare le aziende associate nei confronti dei vantaggi produttivi e commerciali derivati da un'adeguata modernizzazione informatica (es.: i siti web, la posta elettronica, i social network, ecc.)

2. ideare dei supporti che stimolino ed aiutino gli artigiani ed i piccoli imprenditori a modernizzare la propria azienda in chiave 'ICT' (es.: appuntamenti e percorsi formativi, convenzioni, assistenza dedicata, ecc.)

3. migliorare la conoscenza sull'attuale ed effettivo livello di diffusione e di incisività delle ICT all'interno del comparto di riferimento.

Tra le prime azioni realizzate figura l'invio agli oltre 420 rappresentanti associati di Confartigianato Udine di un questionario per indagare il tipo ed il grado di informatizzazione delle imprese di riferimento.

La maggior parte dei rispondenti (85%) utilizza già il PC all'interno di questi ambiti operativi, anche se i margini di miglioramento sono ancora notevoli.

E' emerso che un miglior utilizzo del computer e di internet porterebbe ad un significativo rafforzamento dell'immagine aziendale e ad un discreto miglioramento della produttività.

La metà di queste aziende usa Internet per promuovere il proprio lavoro e di questi i tre quarti vorrebbero migliorare l'uso che ne fanno. I due terzi dell'altra metà, quella che cioè non usa ancora Internet, vorrebbero invece iniziare ad usarlo.

Molto più "di nicchia" è invece l'impiego di Internet per la vendita vera e propria dei propri prodotti.

Solo il 17% lo usa per questo scopo. In gran parte non viene considerato soprattutto perché si tratta di lavori per cui l'e-commerce "non avrebbe senso".

Internet è comunque visto come qualcosa di molto importante e necessario nel terzo millennio.

Tra chi non usa il computer o Internet si riscontra il maggior desiderio di formazione e 'orientamento', in particolare per quel che riguarda l'adozione di strumenti per la gestione di contabilità e magazzino (64%), la gestione delle informazioni sui propri clienti (61%) e la comunicazione con fornitori, partner e collaboratori (59%).

I risultati dell'indagine si possono scaricare dal sito www.confartigianatoudine.com selezionando la voce categorie, poi di seguito comunicazione ed infine informatici.

CNA

Terremoto Abruzzo

Attivata la sottoscrizione

Anche la CNA ha attivato una sottoscrizione a favore dei terremotati dell'Aquila.

"Di fronte alla tragedia che ha colpito l'Abruzzo, pur nella costernazione di queste ore, è necessario reagire e far sentire a quelle popolazioni e ai nostri colleghi delle CNA colpiti che il nostro sistema Confederale è vicino, li sostiene e li aiuterà nella difficile ricostruzione - afferma il presidente provinciale Denis Puntin. - Arriverà presto, ci auguriamo, il momento della ricostruzione, ed è necessario prepararci sin da ora per far fronte a tutte le necessità concrete che la ricostruzione richie-

derà; abbiamo contattato i gruppi dirigenti locali per assicurarci sulle loro condizioni personali e per far sentire loro tutta la nostra solidarietà morale, poiché in questo momento non è "materialmente" possibile fare di più.

Per contribuire a rimettere in funzione le CNA locali e l'intero sistema delle imprese iscritte, CNA ha aperto un c/c intestato."

Ed ecco le coordinate bancarie per chi vuole aderire all'iniziativa "Pro terremoto L'Aquila" della CNA: IT 39V 03127 05011 CC1570001214 - Unipol banca filiale 157 Roma. "Siamo certi della solidarietà e della generosità di tutto il nostro



mondo, ci aspettiamo una grande risposta e di essa fin da ora ringraziamo tutti". La CNA nazionale ha già contribuito con la somma di 100.000 euro, ed invita ora tutte le sue strutture, i grup-

pi dirigenti, gli imprenditori e il personale delle CNA a far pervenire il proprio contributo affinché sia possibile ricostruire i sistemi di imprese messi in ginocchio dal sisma.

"Nei prossimi giorni - rende noto il presidente nazionale Ivan Malavasi - metteremo a lavoro una task-force formata da alcuni colleghi della CNA nazionale, dalla CNA Abruzzo e dalle CNA provinciali maggiormente colpite per gestire al meglio e nella massima trasparenza quanto riusciremo a raccogliere." La CNA informerà costantemente sui risultati che la sottoscrizione, sia sugli investimenti effettuati.

Osservatorio economico dell'agroalimentare 2008: la Coldiretti ha presentato i dati

AGRICOLTURA

LO STUDIO

Forbice "tagliante"

Uno dei problemi è la grande differenza di prezzo tra produzione e consumo

L'auspicio è che questi indicatori, emersi dall'analisi dei dati, possano trasformarsi in opportunità a favore delle imprese

Questo in estrema sintesi il concetto emerso durante l'incontro di presentazione dei dati dell'Osservatorio economico agroalimentare del Friuli Venezia Giulia, studio realizzato dalla Coldiretti del Friuli Venezia Giulia, in collaborazione con la sede regionale di Inea (Istituto nazionale di economia agraria), l'università di Udine dipartimento Scienze economiche, con il patrocinio di FriulAdria Credit Agricole.

I lavori sono iniziati con gli interventi di apertura di **Andrea Moretti** direttore dipartimento Scienze economiche dell'università di Udine, **Dario Ermacora** presidente Coldiretti del Friuli Venezia Giulia e **Giancarlo Magoni** vice direttore di FriulAdria - Crédit Agricole a cui sono seguite le relazioni di **Francesco Marangon** del dipartimento di Scienze economiche, dell'università di Udine che ha parlato delle strutture e dinamiche economiche dell'agricoltura regionale, mentre **Federica Cisilino** dell'Inea del Friuli Venezia Giu-

L'auspicio è che possano essere adottate quanto prima misure anche sotto l'aspetto della promozione e valorizzazione della produzione agroalimentare

lia ha illustrato il mercato i prezzi e i risultati dell'indagine campionaria 2008.

Andrea Lugo della Coldiretti del Friuli Venezia Giulia ha invece illustrato l'analisi e l'andamento dei principali settori agricoli d'interesse (lattiero-caseario, cerealicolo ortofrutticolo e ittico) in Friuli Venezia Giulia, mentre **Andrea Gregori** del Ciase (Centro regionale per l'istruzione e l'assistenza socio-economica in agricoltura) ha presentato il primo focus su alcune filiere e prodotti regionali come la mela, la trota, la patata, la farina di mais e il formaggio latteria.

Sul ruolo delle banche a sostegno dell'agricoltura è intervenuto **Giancarlo Barbesin** del servizio marketing di FriulAdria - Crédit Agricole.



Il valore di una filiera tutta italiana e tutta agricola è stato l'argomento trattato da **Lorenzo Bazzana** capo servizio tecnico economico di Coldiretti nazionale.

Le conclusioni sono state di **Romeo Cuzzit** della direzione centrale Risorse agricole.

I lavori sono stati coordinati da **Elsa Bigai** direttore Coldiretti del Friuli Venezia Giulia.

"I dati - ha esordito Ermacora - ci confermano che solo il diciassette per cento del prezzo pagato dal consumatore rimane mediamente al produt-

tore. Nulla hanno potuto - ha aggiunto - Mister prezzi, l'antitrust e il garante della concorrenza per sanare la forbice crescente e inspiegabile dei prezzi tra produzione e consumo. L'Osservatorio - ha affermato - ci da dei suggerimenti importanti. Dobbiamo continuare - ha sostenuto Ermacora - con la battaglia per ottenere l'indicazione obbligatoria in etichetta dell'origine perché sono troppi i prodotti alimentari ancora esclusi e i controlli - ha concluso - devono essere fatti con tolleranza zero".

"Il settore agroalimentare sta andando meglio degli altri - ha detto Bazzana - ma questo non significa che le imprese agricole ne traggano benefici. Il nostro Paese - ha spiegato - è ancora un forte importatore di merci alimentari, perché troppo facilmente il prodotto straniero viene trasformato e venduto con l'immagine italiana. Noi - ha continuato - dobbiamo mettere insieme quello che abbiamo, cooperative, consorzi agrari, imprese, ma anche incentivare i Farmer market e la vendita diret-

ta e collocare in trasparenza il settore, per frenare l'erosione del valore aggiunto che da anni sta mettendo in crisi le imprese agricole italiane". Dal canto suo Cuzzit ha rilevato l'importanza di prendere spunto dai dati per trovare i punti di forza per rilanciare l'agricoltura regionale. "Come assessorato - ha ricordato - abbiamo individuato una strategia, anche attraverso il Psr, per creare maggiore aggregazione tra le varie realtà che compongono il settore. Senz'altro - ha concluso - possiamo migliorare individuando i punti critici e i punti di forza e da questi puntare allo sviluppo del settore primario".

Sono seguiti gli interventi tecnici con l'esposizione dei dati, coordinati dalla Bigai che in proposito ha posto in luce l'importanza che il patrimonio della banca dati diventi uno strumento che possa essere concretizzato con azioni tangibili soprattutto da parte delle istituzioni e in questo senso ha espresso l'auspicio che quanto prima possano essere adottate misure anche sotto l'aspetto della promozione e valorizzazione della produzione agroalimentare del Friuli Venezia Giulia.



CONFAGRICOLTURA UDINE

Assemblea 2009

Giorgio Pasti riconfermato presidente

"Tracciare il bilancio al termine del mio mandato alla Presidenza di Confagricoltura Udine significa guardare a situazioni, aspettative, occasioni perse, risultati raggiunti." Ha esordito così il Presidente Giorgio Pasti rivolgendosi ai soci di Confagricoltura Udine riunitisi nell'Azienda agricola Cà Tullio di Paolo Calligaris ad Aquileia, per l'annuale Assemblea che quest'anno ha visto anche il rinnovo delle cariche sociali per il prossimo triennio.

"In questi ultimi anni - ha continuato Pasti - sono cambiati gli obiettivi sindacali. Ad una passata realtà improntata a

difendere il reddito delle imprese agricole tutelando i diritti acquisiti, oggi, per il confronto con il libero mercato, ciò che serve è soprattutto il sostegno all'imprenditorialità, all'innovazione, alla diffusione della moderna cultura d'impresa. Confagricoltura Udine, ha affermato il Presidente, non è venuta meno alle proprie responsabilità di rappresentanza e tutela degli interessi delle imprese associate.

Un accenno particolare ai rapporti con il Credito. "Le banche hanno abbandonato i tradizionali buoni rapporti con il mondo della produzione, ma bisogna lavorare per ricucire in breve e ridare ossi-

geno e capitale circolante alle imprese. Rivolgendosi ai politici ha ricordato le criticità del settore l'assenza di graduatoria delle domande del PSR, l'insufficienza di capitale nel fondo di rotazione, il ritardo nei pagamenti della domanda unica, della forestazione soprattutto nel catasto tabolare. La minaccia di nuove discariche e di nuove infrastrutture sul tessuto rurale siano essi elettrodotti o nuove vie di comunicazione. Sul fronte della sicurezza ha infine chiesto la previsione di fondi da investire in strutture quali le idrovore a garanzia della sicurezza idraulica agli abitati ed agli insediamenti produttivi.

Al termine dei lavori interni dell'Assemblea, hanno portato i saluti anche il Presidente della Provincia Pietro Fon-

tanini, il Presidente della CCIAA Giovanni Da Pozzo, l'Assessore provinciale all'Agricoltura Daniele Macorig, è intervenuto anche il Presidente nazionale Federico Vecchioni che ha rimarcato quanto sia necessaria una strategia di rilancio dell'agricoltura; una politica nazionale per l'agrosviluppo.

"Sinora - ha commentato Federico Vecchioni - si è agito in maniera sordinata su impulso dettato dalle emergenze e anche qui senza un disegno complessivo. Confagricoltura si è battuta sulla vicenda delle quote latte, passando attraverso le questioni specifiche dell'Ici sui fabbricati rurali, sulla conferma dei regimi preferenziali agricoli per l'Irap, sulle aliquote previdenziali nelle aree montane e svantaggiate,

mentre è ancora aperta la questione del finanziamento del Fondo di Solidarietà nazionale".

Il G8 agricolo ha precisato il presidente Vecchioni, dovrà riaffermare il ruolo centrale del settore nella lotta alla crisi economica. Se ci sarà la presa di coscienza sul ruolo dell'agricoltura, anche il G8 Finanziario, potrà dare maggiori opportunità al settore primario.

Serve anche un rilancio della produzione. Negli ultimi 10 anni si sono persi oltre 3 milioni di ettari. Federico Vecchioni ha concluso con la proposta di Confagricoltura diretta a recuperare almeno metà degli ettari persi recentemente, mettendo a coltura i 150 mila ettari non in produzione oggi gestiti dagli enti pubblici.

"Abbiamo già incassato - al nostro forum di Taormina - il via libera del ministro Tremonti al nostro progetto di 'federalismo demaniale' che stiamo portando avanti in collaborazione con l'amministrazione".

Al termine dell'Assemblea i consiglieri uscenti Maurizio Anolfo, Nicolò Cigolotti Christalnigg, Giorgio Colutta, Carlo Costantini Scala, Eugenio Cromaz, Luisa del Zotto, Massimo Di Lenardo, Riccardo Dondè, Mario Eletto, Giovanni Foffani, Peter Larcher, Michele Pasti, Giuliano Stroppolati, Giorgio Zanier Romano, Giorgio Zanglia ed i nuovi consiglieri Elda Felluga, Adamo Lestani, Federica Moretti, Daniele Vendrame hanno riconfermato Giorgio Pasti presidente per il prossimo mandato.