

UdineEconomia

Dicembre 2012 - N. 10

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



Registrazione Tribunale di Udine n. 7 del 18 Febbraio 1984
Poste Italiane Spa - Spedizione in abbonamento postale 70% - NE/UD

Taxe percue - Tassa riscossa

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



FOCUS

Il futuro dei Distretti
pag. ► 3



COMMERCIALISTI

Assistere le imprese
pag. ► 5



INNOVAZIONE

Il Friuli riparte
pag. ► 16

Non perdere il treno della logistica



Il convegno a pag. 20-21

di Sergio Arzeni*

L'iniziativa del Presidente Da Pozzo sulle sfide e opportunità che la logistica pone oggi allo sviluppo del Friuli Venezia Giulia è stata indovinata nei modi, nei tempi e nei contenuti. È riuscita anche a costruire una convergenza di opinioni fra diverse forze politiche sulle cose da fare, subito!

Innanzitutto, costruire una regia e una progettualità per mettere in rete trasporti e sistema locale, questa è la filiera territoriale logistica. Ovvero un'area vasta che disponga di un porto commerciale (Trieste), di spazi retroportuali e di attività economiche che presentino un forte orientamento alle esportazioni (i distretti friulani).

Questo significa costruire una Autorità portuale unica

Costruire una regia per mettere in rete i trasporti

per il Friuli (Trieste, Monfalcone e Porto Nogaro) realizzando un sistema logistico portuale che, come definito nel decreto « Salva Italia », realizzi infrastrutture di collegamento tra porti e aree retroportuali facilitando il coordinamento delle politiche espresse dai vari organi istituzionali perché le fasi produttivo-logistiche prima associate a ciascun operatore siano unificate per economie di scala e di scopo. Gli attori della filiera dovrebbero essere consorzi e associa-

zioni di vettori, operatori della logistica, imprenditori e istituzioni preposte come la Regione, le Camere di Commercio e associazioni di imprenditori.

Occorre ora completare rapidamente la mappatura degli anelli mancanti nella logistica regionale e istituire un comitato imprenditori-società civile che pungoli le istituzioni perché facciano squadra dell'interesse del Friuli, mobilitino la lobby dei parlamentari friulani a Roma e a Bruxelles, verifichino lo stato di avanzamento e

denuncino ritardi o mancanze.

Dopo tanto parlare del Corridoio 5, ora la vera sfida e opportunità è data dal Corridoio Adriatico-Baltico e per non perderla occorre prioritariamente riacordare la ferrovia Pontebbana con i porti regionali, completare rapidamente nodi infrastrutturali come il raddoppio della linea Cervignano-Udine, dare corso al completamento della circosollazione di Udine e al bivio di S.Polo. Tutto ciò per consolidare e rafforzare il posizio-

namento strategico del Friuli nell'asse Adriatico Baltico.

Il peso complessivo della direttrice Baltico-Adriatico negli ultimi 6 anni è aumentata del 25 per cento e oggi rappresenta il 15 per cento del totale del commercio italiano. I due terzi delle merci da e per l'Austria si muovono utilizzando i porti di Rotterdam, Anversa, Zeebrugge e Amburgo. Invece, servizi diretti Port Said-Trieste farebbero risparmiare 3000 km di navigazione in ciascuna direzione più 700 km di tragitto fer-

roviario o su gomma. Un vero spreco non solo economico, ma anche ambientale (a livello mondiale il settore dei trasporti produce il 27% di emissioni gas serra che incidono nel cambiamento climatico!).

Questa sfida si vince con servizi integrati di logistica che possono essere offerti solo da aziende specializzate ed integrate nei diversi modi di trasporto e nei servizi accessori in una visione unitaria dei processi. Oggi le imprese italiane patiscono un gap di competitività logistica che secondo Bankitalia costa al paese 40 miliardi di euro l'anno. Fare del Friuli una piattaforma logistica efficiente ed affidabile potrebbe far recuperare alla regione e all'Italia un capitale enorme. La partita è a portata di mano e la Camera di Commercio di Udine non deve allentare la presa.

* Direttore Ocse per le Pmi

CONFIDI



Un aiuto per i giovani
pag. ► 17

BILANCIO ESTERO



La via della crescita
pag. ► 19

SERBIA



Un ponte verso l'est
pag. ► 27

Si chiude un anno difficile. Gli imprenditori chiedono a gran voce un cambiamento. L'appello ai politici

ATTUALITÀ

LE INTERVISTE

Invertire la marcia

Si chiede il taglio della spesa pubblica e la diminuzione del carico fiscale

Lucia Aviani

Congiuntura drammatica, c'è poco da girarci intorno. Le categorie economiche del Friuli Venezia Giulia navigano a vista, nel mare magnum della crisi - pur con alcune interessanti eccezioni, frutto di mentalità innovative, proiettate al futuro -, e guardano al 2013 con un atteggiamento in bilico fra pragmatismo (e dunque pessimismo) e speranza. Nelle parole di Guglielmo Maran, titolare di un'impresa - iscritta alla Confederazione nazionale artigiano - che opera nel campo dell'informatica, la miglior sintesi del sentimento collettivo: «Abbiamo bisogno - dice - di una "rivoluzione politica". Di persone oneste, che si impegnino sapendo che alla scadenza del mandato verranno sostituite da altre; gente che voglia bene al nostro Paese e dia un buon esempio ai giovani. Spero anche che aumenti la consapevolezza del valore rivestito dalla piccola impresa, e che si comprenda, finalmente, che è il lavoro - non i capitali - il vero patrimonio da difen-

dere. Il 2012 è stato un anno difficile: a fronte di un aumento generalizzato dei costi si è verificata una sensibile riduzione della spesa e si è registrata, contestualmente, una forte difficoltà a incassare. Le ridotte disponibilità economiche non permettono di investire in attrezzature e in ricerca: auspico una reazione decisa da parte di tutti, per cambiare una politica rivelatasi, finora, incapace di decidere e di fare anch'essa dei sacrifici, così come li sta facendo la popolazione». Che ci si trovi, pure nel nostro territorio, in piena recessione è un dato di fatto, concorda il titolare di TecnoCom spa Carlo Delsler (Api): «Nulla lascia prevedere che nel 2013 la tendenza possa invertirsi - commenta - I principali indicatori economici, anche quelli rilevati dall'Api di Udine, e il generale quadro d'incertezza e d'instabilità internazionale tendono, piuttosto, a confermare il trend attuale. I maggiori effetti recessivi derivano dalle ripetute manovre finanziarie volte a sanare i conti dello Stato: manovre che, però, hanno interessato le entrate ben più che le uscite. E' d'obbligo un'inversione di marcia radicale, con tagli drastici alla spesa pubblica, a livello centrale e periferico, e con una diminuzione del carico fiscale su imprese e famiglie. Mai come ora è necessario entrare in una logica di competitività dei "sistemi Paese". La Regione deve proseguire nella lodevole opera di razionalizzazione dei costi e di riduzione del debito, ponendo lo sviluppo dell'economia al primo posto e assumendo piena consapevolezza del fatto che se non si produce ricchezza gli strumenti atti a fronteggiare i risvolti più aspri della crisi sono destinati ad inaridirsi rapida-

Si salvano le imprese che internazionalizzano e diversificano

mente. La nostra associazione richiama dunque tutti gli attori del sistema pubblico, della finanza e dell'economia ad agire e ad operare con compattezza e unità. Quanto agli imprenditori, devono mettersi nell'ordine di idee che nei prossimi anni bisognerà lavorare di più e meglio (per, forse, guadagnare meno). Ma di voci controcorrente, in un panorama complessivamente nero, per fortuna ce ne sono. Una è quella della Video Systems (Confartigianato), realtà che già da parecchio tempo ha intrapreso un percorso di crescita e di internazionalizzazione, consapevole del fatto che il mercato interno ormai non soddisfa più gli obiettivi aziendali: «Ogni anno - dichiara il proprietario, Alessandro Liani - la quota di fatturato estero aumenta: ciò deriva dal fatto che ci stiamo internazionalizzando, appunto, ma anche dallo spostamento all'estero dei siti produttivi di molte aziende italiane nostre clienti. Il 2012 è stato, per noi, un periodo di grandi soddisfazioni: abbiamo ricevuto diversi accreditamenti da parte istituzioni italiane e straniere, che hanno dimostrato di apprezzare i prodotti e i servizi da noi erogati. Il fatturato è in crescita, e i maggiori introiti vengono reinvestiti in attività di ricerca e sviluppo, essenziali nel nostro settore. La situazione globale è critica ma restiamo ottimisti e puntiamo a raggiungere, nel 2013, ulteriori traguardi, concentrandoci soprattutto sul mercato americano e

su quello dell'estremo oriente». Clima analogo si respira alla ditta Modulblok (Confindustria), che grazie ad un convinto processo di ristrutturazione è riuscita a fronteggiare l'urto del crollo dell'economia e a costruirsi solide prospettive: «Chiudiamo il bilancio con un buon attivo - rendono noto dall'impresa -. Abbiamo lavorato sodo, negli ultimi tempi, ma i risultati adesso si vedono e ci consentono di aspettare con fiducia l'anno che verrà. Siamo, fra l'altro, l'unica azienda italiana chiamata a recare il proprio contributo nella redazione delle normative cui i costruttori di scaffalature dovranno attenersi: un riconoscimento, questo, all'attenzione che da sempre abbiamo prestato all'elemento qualità, che non può essere sacrificato nel nome di una mera "politica del prezzo". Coldiretti, infine. Parla l'azienda agricola La Sisile: «Il comparto lattiero caseario - dice il titolare, Graziano Zanello - ha registrato, nel 2012, un calo dei prezzi di vendita, mentre il costo di produzione è in continuo aumento (+20%, rispetto al 2011). L'assenza di nuove strategie di mercato e la mancata ristrutturazione del sistema in generale - penso, per esempio, a sinergie fra le cooperative più importanti del Friuli Venezia Giulia - hanno reso i risultati del settore mediocri. Anzi, del tutto insoddisfacenti per gli allevatori, che pure erogano un latte di alta qualità. Il punto di forza del comparto - la nostra azienda lavora, infatti, proprio in tal senso - non potrà essere che l'innovazione, appunto, la diversificazione. Chi oggi occupa sedie importanti si dia una mossa: dalla politica mi attendo la giusta attenzione al ramo dell'agricoltura».



Bei tempi andati, quelli del «Friuli isola felice». Panorama ormai lontano, perché l'onda lunga della crisi ha destabilizzato anche un contesto che - di primo acchito - aveva dimostrato di saper reggere l'urto. Da un'indagine (senza precedenti) effettuata su base regionale dalle quattro Camere di Commercio operative sul nostro territorio emerge un quadro fosco, non incoraggiante. Non senza, però - e per fortuna -, le eccezioni alla regola: perché se nell'insieme le aziende manifestano segnali di sofferenza, esistono pure situazioni in controtendenza. «Ci sono imprese - commenta, infatti, il presidente Unioncamere Fvg, Giovanni Da Pozzo - che hanno forte capacità di innovazione e di penetrazione nei mercati esteri. Realtà che hanno riorganizzato la loro produzione, terziarizzandosi, e che di conseguenza continuano a crescere. Resta il fatto che l'erogazione del credito è diminuita: dati certificati attestano che a fronte di un aumento di richiesta pari al 9% (soprattutto sul breve periodo, per necessità di cassa o per piccoli investimenti), la concessione è calata del 3%. Si impone, dunque, un'azione convinta da parte di Stato e Regioni». Qualche dato, in chiusura: nel comparto manifatturiero il calo della produzione si attesta su quota -1%, quello del fatturato su -8% (-1,3% gli addetti); per il trimestre in corso, inoltre, il 35/40% delle ditte pronostica una riduzione degli introiti. Nel campo del commercio al dettaglio le vendite sono scese del 4,9% e il personale dell'1,3%, mentre nel ramo dei servizi turistici ci si attesta su quota -1,5% (vendita) e -4% (addetti). Nelle costruzioni la produzione ha perso il 5,5%, il fatturato il 9,1%, i dipendenti l'8,3%. Area vitivinicola, infine: produzione in discesa dello 0,4%, fatturato al -0,31% per chi non esporta e al +10,7% per chi lavora con l'estero.



PREMIAZIONI DEL LAVORO

L'economista Boldrin

"Impegnarsi nel cambiamento"

Impegnarsi attivamente in politica. Ma cambiare modo di farlo: non più o non solo in modo relazionale, bensì conflittuale. Michele Boldrin, l'ospite d'onore delle Premiazioni del Lavoro e Progresso economico 2012, ha spronato così il gruppo di imprenditori che, la mattina precedente la cerimonia, ha partecipato al primo meeting della nuova proposta che la Camera di Commercio ha ideato nell'ambito della sua declinazione Friuli Future Forum. «Un incontro - ha spiegato il presidente Giovanni Da Pozzo, ospi-

te dell'incontro, moderato dal direttore del Messaggero Veneto Omar Monestier - che vuole promuovere il dialogo diretto fra i rappresentanti delle imprese friulane ed esperti internazionali, affinché dal confronto possano nascere nuovi punti di vista e nuove prospettive in grado di far crescere la nostra realtà produttiva». Si è partiti dal nuovo ruolo di Paesi come Cina e India, «che ancora non ci arrendiamo a considerare come primari interlocutori nel dialogo globale». Ed ecco l'affondo. «Voi imprenditori non dovete

arenarvi sull'articolo 18, che non è ciò che vi blocca. Dovete concentrarvi su privatizzazioni vere, a partire dall'energia, e dovete saper cambiare, spargliare quei poteri forti che tengono in pugno l'Italia, motivo per cui nessuno mai cambierà niente». Tra i consigli più sentiti, quello di spostare l'attenzione, qui in Friuli puntando sulla ricerca e l'innovazione tecnologica, su cui non si fa ancora abbastanza, secondo il professore, così come non si fa abbastanza sul fronte del rapporto Università-impresa. In questo frangente c'è stato l'invito a spingere per cancellare le inefficienze del sistema universitario, la replicazione di sedi e corsi non frequentati e troppo parcellizzati sul territorio, sostenere invece il merito e le eccellenze vere. Al forum hanno preso parte Emidio Bini, Franco Buttazzoni, Alessandro Calligaris, Andrea Cumini, Carlo Delsler, Marco Fantinel, Walter Filiputti, Giovanni Gervasoni, Massimo Masotti, Roberto Moroso, Massimo Panizza, Roberto Siagri, Graziano Tilatti, Giovanni Vescovo e Giuliano Vidoni.



LA CRISI VISTA DAI PREMIATI

"Occasione per reinventarsi"

Che cosa deve fare un imprenditore per superare la crisi? L'abbiamo chiesto a tre personalità che hanno ricevuto un riconoscimento alle Premiazioni del Lavoro. «La crisi serve a migliorarsi ma soprattutto a reinventarsi - spiega Ada Basso, proprietaria del Caffè Beltrame Srl di Udine -. Purtroppo, però, per il futuro vedo un percorso difficile al termine del quale solo per chi saprà svolgere il proprio impiego con grande dedizione ed onestà ci saranno grandi risultati. Secondo Andrea Cecutti, friulano trapiantato negli Stati Uniti e fondatore della californiana AC&C che realizza componenti anche per l'industria aeronavale militare, bisogna invece essere otti-

misti. «Credo nella capacità delle persone di affrontare e superare le difficoltà. Per ciò che riguarda la politica "diviene del tutto autoreferenziale, parla e agisce solo per sé stessa". Imprenditore siriano ormai friulano d'adozione, proprietario dei ristoranti Mille e una notte e fondatore della scuola Regina di Saba e di Made in Syria, anche Akkad M. Rida esplicita la propria propensione all'ottimismo. «Vedo una svolta di questa crisi - dice -. Crisi che comunque anche in passato è sempre servita per giungere a grandi cambiamenti. Solo quando si tocca il fondo, infatti, ci si riesce a dare una vigorosa ed efficace spinta verso l'alto.

Giada Bravo



UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:
Giovanni Da Pozzo

Direttore responsabile:
Daniele Damele

Caporedattore:
Davide Vicedomini

Ufficio stampa:
Chiara Pippo

Editore e Redazione:
Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432 273111/543
mail: urp@ud.cam.com.it

Progetto grafico:
Colorstudio

Impaginazione/Fotoliti:
Digigraf - Udine

Stampa:
Centro Servizi Editoriali S.r.l.
Via del Lavoro 18
36040 Grisignano di Zocco (VI)

Fotoservizi:
Tassotto & Max Snc - Udine

Archivio:
C.C.I.A.A. - Tassotto & Max Snc

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

La tiratura del mese di novembre, è stata di 47.500 copie

La burocrazia, la mancanza di regole certe e di infrastrutture non adeguate sono un freno

ATTUALITÀ

ASDI

Il futuro dei Distretti

La ricetta per andare avanti è la rete. L'invito alle imprese a credere nelle potenzialità del territorio

Mara Bon

In una quotidianità caratterizzata da incertezze normative, tagli di risorse, contratti a termine, precarietà e crisi non è facile parlare di progetti futuri, nè a breve termine, nè a lungo termine.

Di fronte ad un mondo sempre più globalizzato e aggressivo non si può stare a guardare e occorre evolversi per cercare nuove strade di sviluppo.

Per affiancare e sostenere le imprese in questo momento delicato, le Asdi, le Agenzie di Sviluppo dei Distretti, propongono un network di competenze e servizi ampliati, aperti al territorio.

Per le realtà distrettuali, la forza per andare avanti si trova proprio nella rete, nell'unione, nella collaborazione, nell'innovazione e nella certificazione.

Abbiamo raccolto alcune testimonianze provenienti dalle Asdi regionali, che riportiamo qui accanto.

Si denuncia la sofferenza delle imprese per la mancanza di regole certe, di aggravati burocratici, di regimi fiscali non adeguati, di infrastrutture spesso inadeguate, di costi crescenti a fronte di sempre minori risorse. A ciò si aggiungono anche resistenze culturali. Ci si aspetta risposte adeguate da parte di tutti i soggetti pubblici e privati. Si invitano le imprese a credere nelle potenzialità del territorio, nei progetti eco-sostenibili, nel lavoro sinergico e nell'innovazione tecnologica di prodotto e di processo. Se i programmi per il 2013 sono stati trac-

ciati, il 2020 appare ancora lontano. L'Unione europea è impegnata in un grande sforzo per lasciare alle spalle la crisi e creare le condizioni per un'economia più competitiva con un più alto tasso di occupazione. La strategia Europa 2020 mira a una crescita che sia: intelligente, grazie a investimenti più efficaci nell'istruzione, la ricerca e l'innovazione; sostenibile, grazie alla decisa scelta a favore di un'economia a basse emissioni di CO2 e della competitività dell'industria; e solidale, ossia focalizzata sulla creazione di posti di lavoro e la riduzione della povertà. La strategia s'impenna su cinque ambiziosi obiettivi riguardanti l'occupazione, la ricerca, l'istruzione, la riduzione della povertà e i cambiamenti climatici/energia. La strategia comporta anche sette iniziative prioritarie che tracciano un quadro entro il quale l'UE e i governi nazionali sostengono reciprocamente i loro sforzi per realizzare le priorità di Europa 2020, quali l'innovazione, l'economia digitale, l'occupazione, i giovani, la politica industriale, la povertà e l'uso efficiente delle risorse.

Ogni Stato membro ha adottato per ciascuno di questi settori i propri obiettivi nazionali. Ma solo se gli sforzi saranno combinati e coordinati si avrà l'impatto voluto sulla crescita e l'occupazione. Ecco perché la realizzazione di Europa 2020 dipende in misura determinante dalle strutture e dai processi di governance, anche locali.

LA SEDIA

Un unico marchio al Salone di Colonia

Fare massa critica per il mercato finale

Parlare di futuro non è facile in uno scenario caratterizzato dalla precarietà e dalla crisi economica. Ed è problematico anche puntare allo sviluppo in un contesto segnato sempre più da tagli e da incertezze normative.

Nonostante ciò il Distretto della Sedia si rimbocca le maniche. E, affronta le sfide giorno per giorno. Incoraggiando a lavorare insieme. In maniera innovativa. E auspicando un'accelerata dal sistema Italia.

L'Asdi Sedia sta portando avanti delle azioni di certificazione ambientale (come riportato anche nel nostro mensile a pag.12), di rinnovamento digitale delle comunicazioni (con i nuovi siti del mondo Italian Chair District), di rafforzamento del marchio unico. Sta affiancando le aziende, che devono correre come delle Ferrari - per usare una metafora - per stare sul mercato internazionale. Mentre le strade del sistema Paese sono ancora inadatte.

"Siamo impegnati su due linee d'azione, - ha spiegato Giusto Maurig, presidente dell'Asdi Sedia - da un lato, verso le aziende subfornitrici, che costituiscono la maggior parte, e dall'altro lato, verso quelle che si rivolgono direttamente al mercato finale. Si tratta di aziende con esigen-



Molte aziende stanno lavorando sulla certificazione per compiere il salto di qualità

ze diverse, ma complementari. Avere imprese preparate, certificate, unite e forti è un vantaggio sia per la filiera che per le aziende che vanno sul mercato finale".

"Le imprese del Distretto hanno inoltre un altro grande vantaggio. - ha precisato

Maurig - hanno una storia e una capacità che non si creano in pochi anni. E sono molto flessibili".

Quali sono, invece, le sfide che devono affrontare le aziende oggi? Quali sono i punti critici?

"Il sistema Italia - ha risposto il presidente - Ci sono troppe regole incerte, c'è una burocrazia non adatta per un paese avanzato". E la nostra regione sconta anche "la grande vicinanza a paesi estremamente competitivi". Come la Serbia. Facilmente raggiungibile a 8 ore di distanza con camion.

E' lo stesso Maurig che evidenzia "l'importanza di avere

regole certe" e lamenta la difficoltà delle aziende nel riuscire a gestire gli appalti internazionali: "come si fa ad andare a proporsi all'estero, se cambiano continuamente le nostre regole, i costi del personale, dell'energia, dei carburanti?".

Quali sono i primi progetti dell'Asdi per il prossimo futuro? Per i primi mesi del 2013?

"Lavorare continuamente sull'innovazione, non solo tecnologica, ma dei processi produttivi. Spingere all'aggregazione, alla collaborazione, mettersi insieme in progetti e fare massa critica per il mercato finale". Un esempio concreto è già in programma a gennaio, al Salone internazionale del mobile di Colonia, dove il Distretto sarà presente in forma aggregata, con uno stand unico, in sinergia, con diverse aziende sotto il marchio Italian District Chair.

E guardando al 2020, quale futuro si può intravedere per il Distretto? "Dipenderà dalle scelte della politica, dagli amministratori. Chi ci governa potrà fare la differenza".

"Le nostre aziende - ha concluso Maurig - stanno innovando i processi produttivi, stanno lavorando sulle certificazioni. Gli imprenditori ci stanno mettendo tanto del loro. Mettono in garanzia pure la loro casa".

PARCO AGROALIMENTARE SAN DANIELE

Allargare il bacino di utenza



Ampliare i servizi e allargare il bacino di utenza. In un quadro economico generale di riduzione delle risorse e contrazione dei fondi, il Distretto del prosciutto di San Daniele guarda al futuro con una prospettiva di ampliamento dei servizi e di territorio. E punta a diventare un riferimento per tutto l'agroalimentare regionale.

"Le risorse sono sempre più calanti - ha spiegato il presidente dell'Asdi Parco Agroalimentare San Daniele, Claudio Filipuzzi - per questo occorre trovare fondi, attraverso maggiori bacini di utenza e con un incremento dei servizi. Per essere competitivi, il Distretto dovrà diventare sempre di più un

punto di riferimento per tutte le imprese di trasformazione del settore agroalimentare". Non solo nell'ambito distrettuale, ma regionale. Nel 2012 è stata costruita una rete di rapporti e di alleanze. "E' stata siglata - ha spiegato il presidente - una serie di accordi con soggetti istituzionali, pubblici e privati e imprese. E' stato un anno in cui sono state costruite le basi per operazioni di collaborazione. Sono state tracciate le linee guida su chi fa cosa". Ora occorre sfruttare al meglio gli spazi, i laboratori, le competenze, il know-how. E quindi quale sarà il prossimo passo per il 2013?

"Disporre di un centro servizi avanzato - ha risposto - in grado di affiancare le imprese che vogliono lanciare nuovi prodotti o tentare nuove strade nel segmento della trasformazione. Vorremmo proporre dei market test, delle verifiche sul mercato per le imprese". Il presidente invita le imprese a rendersi conto che il settore ha grandi potenzialità di crescita. In regione c'è un'ottima materia prima. Ci sono spazi di crescita. E il Distretto offre una re-

te in grado di accompagnare le imprese proprio in questi processi di crescita e di trasformazione. Infatti il segmento della trasformazione è quello che va ancora sviluppato. "Vorremmo portare innovazione. - ha detto - vorremmo creare un legame più stretto tra chi trasforma e il comparto tecnologico". Proprio in tempi di crisi la capacità di innovare, di sviluppare nuovi macchinari, di trovare nuovi segmenti diventano elementi strategici per garantire un adeguato volano di crescita per l'economia locale. E conseguentemente di costruire un futuro. E quindi, cosa dire guardando al 2020?

E' una data che, ora come ora, appare "molto in là". L'attuale perdurare di una congiuntura economica negativa sta influenzando anche un comparto, quello agroalimentare, che da sempre è uno dei capisaldi dell'economia nel territorio regionale. Inoltre è subentrata anche un'ondata di sfiducia. Per il futuro il Presidente vede un'economia in ripresa, anche se lenta, ma più stabile. Dove il settore agroalimentare giocherà un ruolo di primissimo piano.

IL DIGITALE



Servizi avanzati anche nel pubblico

Diffondere la cultura digitale e attivare servizi avanzati. Su questo duplice obiettivo lavorerà il Distretto delle tecnologie digitali (Ditedi) nel 2013. E' vero, c'è la crisi economica. Ma c'è anche un problema culturale di resistenza al cambiamento da superare. Proprio in questo momento è quanto mai urgente

divulgare la digitalizzazione a tutti i livelli. "Le imprese e le istituzioni - ha spiegato Mario Pezzetta, presidente del Ditedi e sindaco di Tavagnacco - devono approfittare di questo momento per guardare non solo avanti, ma oltre, verso realtà avanzate, già fortemente digitalizzate". In primis, la pubblica amministrazione. Registra le maggiori resistenze, e spesso si fa depositaria di procedimenti tradizionali. Ma qualcosa si sta già realizzando nell'am-

bito pubblico-privato relativamente al problema dell'interoperabilità tra servizi attraverso la struttura della nuvola/cloud, proposto da Ditedi. Si tratta di portare nella nuvola le banche dati dei Comuni, della Regione, degli ospedali e delle imprese. Con l'interoperabilità dei dati si potrà disporre di servizi più produttivi, efficienti, riducendo i costi di gestione di acquisto di macchinari e sburocratizzando il sistema. Enti pubblici e imprese potranno accedere a servizi on demand, ma anche i cittadini e i clienti potranno accedere a servizi avanzati. La creazione di una cloud computing (nuvola informativa) per elaborare e memorizzare i dati potrà favorire quindi in meglio cittadini e imprese. Soluzio-

ne che richiede un cambio di paradigma, per questo nei prossimi mesi due sono gli obiettivi prioritari. "In primo luogo, - ha puntualizzato Pezzetta - puntiamo a favorire la cultura digitale a tutti i livelli dalla pubblica amministrazione, ai cittadini, alle imprese. In secondo luogo, vogliamo attivare servizi avanzati che promuovano

la messa in rete delle aziende, per facilitare lo scambio di dati e di know-how". Già negli ultimi mesi sono state raccolte numerose affiliazioni. Le imprese ICT possono infatti affiliarsi al Distretto delle Tecnologie Digitali ed avere accesso a una serie di servizi. Non solo, ma anche possono partecipare a incontri, seminari e aggiornamenti in un settore in continua evoluzione. "Il digitale - ha evidenziato Pezzetta - può aiutare a facilitare le filiere

commerciali". E far parte del Distretto vuole dire far parte di una rete non solo di servizi, ma anche culturale, con l'obiettivo di creare un ambiente digitale avanzato e di ridurre il digital divide. E in Italia, più che di digital divide, si dovrebbe parlare di "cultural divide": un'arretratezza culturale del nostro Paese che impedisce, più di altro, la diffusione di Internet e di nuove tecnologie. E non permette di abbracciare il cambiamento in tempi brevi. E quindi come sarà il 2020 per il Ditedi? "Dovrà esserci un ambiente di vita diverso - ha risposto il sindaco - La crisi deve spingerci a rendere sostenibile tutta la nostra quotidianità. La sostenibilità è il nostro futuro".



SOCIETÀ BILANCI UN'AZIENDA DI PESO

 saremo presenti
all'AgriestTech 2013 presso
lo Stand 3/17-18 Padiglione 4



SOCIETÀ BILANCI

Strumenti e Tecnologie per pesare

T. +39 0432.690853
www.societabilanci.it

PASIAN DI PRATO
(UDINE)

Centro Assistenza Autorizzato



SOCIETÀ COOPERATIVA
BILANCI

Lorenzo Sirch, neo presidente dei dottori commercialisti ed esperti contabili, illustra i temi del suo mandato

ATTUALITÀ

L'INTERVISTA

Assistere le imprese

Obiettivo creare contatti con gli Ordini dei Paesi confinanti per aiutare le aziende che esportano

Irene Giurovich

Qualità, etica, trasparenza: sono le tre parole d'ordine del neoletto presidente dell'Ordine dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili della provincia di Udine, Lorenzo Sirch che, nell'arco del suo mandato quadrienna-

“Ricordiamoci la lezione della ricostruzione dopo il terremoto: prima le fabbriche e poi il resto”

le al via da gennaio 2013, intende conseguire risultati di rilievo nella valorizzazione della professione e, indirettamente, nel supporto al sistema-imprese, sia nell'ottica dell'internazionalizzazione sia nell'aiuto durante le situazioni di crisi aziendale.

Presidente, quali saranno i punti cardine della sua azione programmatica?

“Gli effetti, molto spesso drammatici, di questa lunga crisi economica sono sotto gli occhi di tutti. Per invertire questa tendenza, a beneficio dell'intera società civile, è necessario ripartire dalle imprese. Noi professionisti dobbiamo riuscire ad assistere le imprese non solo nell'ordinario ma anche su quelle tematiche che oggi risultano cruciali per la loro sopravvivenza e mi riferisco appunto all'internazionalizzazione ed alla gestione delle situazioni di crisi. Ricordiamoci che se oggi un'impresa è sana, la massima parte delle volte lo è perché esporta.

Come potete aiutare l'internazionalizzazione?

“Alla luce della nostra posizione geografica, a un passo da Austria, Slovenia e Croazia, ritengo che il nostro Ordine non possa non avere un ruolo, tramite i propri iscritti, nell'assistenza professionale

all'impresa che vuole internazionalizzare.

In che modo?

“Vorremmo creare dei contatti con gli ordini degli avvocati e dei commercialisti dei paesi a noi più vicini al fine di realizzare una sorta di network delle rispettive competenze. Sostanzialmente si tratta di individuare collegamenti con i nostri corrispondenti esteri affinché il percorso per l'azienda che ha deciso di internazionalizzare possa essere più agevole e facilitato, anche grazie al nostro supporto”.

Secondo lei qual'è la priorità di questo nostro periodo?

“Assolutamente riuscire a rimettere in piedi e far ripartire le aziende sane. Ricordiamoci la lezione della ricostruzione dopo il terremoto: prima le fabbriche e poi il resto. Ma per ripartire, dobbiamo correre tutti: imprese, istituzioni, banche e quindi anche noi commercialisti”.

Per quanto concerne invece il vostro ruolo nelle crisi aziendali, come pensa di muoversi nell'arco del suo mandato?

“Vorrei riuscire a far maggiormente percepire agli interlocutori che necessariamente si attivano in caso di crisi aziendale - penso anzitutto agli istituti di credito ma molto spesso anche agli avvocati dei creditori oltre che ai Giudici a vario titolo interessati - che la crisi



Le crisi aziendali: “Non vediamo come un prologo del fallimento ma come un tentativo di salvare i casi meritevoli”

dell'impresa non deve essere necessariamente vista come il prologo al fallimento e quindi, nel sentire comune, alla disfatta ed alla criminalizzazione dell'imprenditore. A mio avviso, ovviamente solo nei casi meritevoli, la crisi deve poter consentire di effettuare un serio confronto sulle prospettive di continuazione dell'azienda, o di una sua parte, dal qua-

le si deve poter uscire con una soluzione che consenta di minimizzare i danni sociali. Non passare attraverso questa consapevolezza può essere molto pericoloso: sempre più aziende, infatti, decidono di chiudere non perché siano in crisi, bensì semplicemente perché non se la sentono più di accettare il rischio d'impresa”.

Quali gli altri aspetti programmatici che la impegnano?

“Non posso non citare l'attenta vigilanza sul rispetto del codice deontologico. Il nostro Ordine vaglia con il massimo scrupolo tutte le segnalazioni e le notizie di stampa ed agisce di conseguenza nell'interesse del cittadino o dell'impresa che si rivolge a noi per ottenere prestazioni di qualità”.

E sulla formazione della vostra categoria?

“Da molti anni gli iscritti al nostro Ordine sono obbligati a seguire dei percorsi continui di formazione. Non si tratta di un semplice aggiornamento generico ma di rigorosi e partecipati momenti di approfondimento nei quali vengono sviscerati tutti i singoli aspetti, anche di dettaglio, di ciascuna tematica professionale. Questo consente ai più diligenti iscritti della nostra categoria di essere sempre al passo con i tempi ed all'altezza delle sfide da affrontare”.

LE ALTRE PAROLE D'ORDINE

Etica e trasparenza

Sul tema specifico dell'abusivismo, il neoletto presidente dell'Ordine dei commercialisti e degli Esperti Contabili della provincia di Udine, Lorenzo Sirch, non nasconde l'esistenza del problema: “Il problema c'è”, ammette, e su questo argomento - anticipa il numero uno dell'Ordine - potrebbero esserci prossimamente degli sviluppi importanti.

“Al momento non abbiamo riserve particolari, ma diciamo che sta maturando, anche sulla scia di alcuni pronunciamenti da parte della Cassazione, una diversa percezione del concetto di attività riservata per quanto riguarda la nostra professione”.

Sirch dice stop anche allo stereotipo, purtroppo ancora largamente diffuso, che vede i commercialisti bollati come aiutanti di quelle imprese e quei professionisti che cercano di pagare meno tasse possibile: “Il nostro ruolo non è affatto quello di aiutare le aziende o i professionisti a far calare illegittimamente il carico fiscale, bensì quello di aiutare i singoli a pagare il giusto in un'ottica di equità e regolarità. Certo, ci si attenderebbe una corrispondente equità anche da parte dell'amministrazione finanziaria, inflessibile nella riscossione ma in clamoroso ritardo nei rimborsi o nei pagamenti.

Ciò nonostante non posso non riconoscere che a livello locale non mancano soggetti preparati e ragionevoli con cui poter parlare e interloquire”.

Il neoletto presidente dell'Ordine dei commercialisti, oltre a dedicarsi, con i propri soci, all'attività professionale, è da tempo presidente della Banca di Udine. A tal proposito sottolinea “l'importante esperienza maturata nel movimento del credito cooperativo, incentrato sul confronto continuo e sulla coesione, mi ha fatto comprendere come la partecipazione del singolo ai problemi comuni sia fondamentale”.

IN CIFRE



L'ordine dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Udine vanta quasi 800 iscritti; 1/3 degli iscritti sono donne; il 20% degli iscritti ha un'età anagrafica inferiore ai 40 anni; il 60% ha un'età compresa tra i 40 e i 60 anni; in media tiene 1 incontro a settimana di approfondimento formativo.



EDITORIA

“Italiani sulle rive del Bajkal”

L'epopea dei friulani sulla Transiberiana

ta all'Esposizione universale di Parigi del 1900, proprio all'inizio del secolo, anche se i lavori erano già cominciati nel 1891. Il Libro “Italiani sulle rive del Bajkal”, autrice Elvira Kamenskikova, prefazione di Angelo Floramo, Gaspari Editore, a cura di Elena Gori Corti, rende visibilità e merito, oltre che contributo alla storia della costruzione della leggendario ferrovia e del lavoro friulano nella lontana Siberia. Documenti riportano che le prime maestranze friulane sono state impiegate nel 1893 tra Omsk e Tomsk. Si è trattato di scalpellini specializzati nella lavorazione della pietra provenienti, per lo più, da Clauzetto. E' una testimonianza del professor Salvatore Minocchi, docente all'Università di Pisa, che ha visitato la regione del Bajkal nel 1903. Ci sono anche libri, come “Gli Italiani in Russia e in Siberia. Lettere e documenti”, che parlano della costruzione di ponti e di massicciate da parte di questi operai impegnati in altre regioni dell'impero zarista, specialmente nell'area



La stazione di Sjudjanka

caucasica o nel bacino fluviale del Volga. Questi operai erano contattati dalla Direzione Ministeriale delle ferrovie e di Pietroburgo ed essendo in possesso dei necessari lasciapassare poterono essere impiegati divenendo essi stessi anello di congiunzione con le imprese attive in Friuli oltre che fautori dei primi snodi

di raccolta della manodopera specializzata friulana in terra russa. Si calcola che un primo gruppo consistente di operai partisse da Clauzetto per raggiungere, tra il mese di febbraio e la Pasqua del 1894 i compaesani che già lavoravano alla ferrovia. Furono seguiti da altri provenienti da Pradis, Campone, Vito d'Asia, Forga-

ria, Artegna, Montenars, Osoppo, Maiano, Trasaghis, Buia e San Daniele. Tutti questi ultimi sono stati impegnati lungo la circumbajcalica, tratto di ferrovia che segue la curva meridionale del lago Bajkal, una regione aspra e montuosa, caratterizzata da rocce granitiche che scendono a strapiombo sulle acque del lago

Tra le maestranze utilizzate per la costruzione delle ferrovie c'erano scalpellini specializzati nella lavorazione della pietra

più grande del mondo, dotato di un bacino di 31.500 chilometri quadrati. Perché sono stati scelti questi operai friulani? Perché risultavano degli ottimi scalpellini e anche dei resistenti lavoratori in grado di affrontare un intenso lavoro, massacrante, in condizioni climatiche proibitive, praticato assieme ai lavoratori forzati e ai prigionieri di guerra. Geli intensi in inverno con picchi di 50 gradi sotto zero che arrivavano addirittura ai - 70° quando spirava la terribile Sarmata, inesorabile vento orientale, e d'estate un caldo afoso infestato dalle zanzare che portavano febbri malariche. Una vera e propria epopea.

Silvano Bertossi



friulani e il loro lavoro sono una testimonianza scolpita su pietre indistruttibili. Quanto hanno fatto le maestranze friulane in passato va testimoniato e ricordato alle giovani generazioni. A suon di sacrifici in climi avversi e anche, alle volte, di ostacoli e impedimenti il lavoratore friulano ha saputo dimostrare la sua determinazione e l'attaccamento al lavoro anche in anni particolarmente difficili. Una di queste grandi dimostrazioni che la storia fa bene a ricordare è la costruzione della Transiberiana. La ferrovia Transiberiana è la ferrovia che attraversa l'Eurasia collegando la Russia europea con la grandi regioni industriali e Mosca alla Siberia e alla parte orientale della nazione. E' lunga 9.288,2 chilometri. Venne presentata per la prima vol-

Antesignano dell'export da 30 anni oggi conta rivenditori in oltre 90 paesi

IMPRESE

CALLIGARIS

Un marchio noto in tutto il mondo

Ilaria Gonano

Centoventi tra stores monomarca, shop in shop e gallery a marchio "Calligaris" aperti quest'anno in diversi paesi del mondo di cui 5 a Istanbul inaugurati alla fine del novembre scorso. Il 2012 per il gruppo di Manzano, colosso nel settore dell'arredo-casa, verrà archiviato come l'anno del boom per il forte potenziamento dell'organizzazione di vendita basata su rivenditori dislocati in oltre 90 paesi. Attualmente Calligaris conta in tutto il mondo 64 stores monomarca, 110 shop in shop e 230 gallery per un totale di oltre 400 spazi commerciali. E tra le diverse "key-countries" presidiate, la Francia registra in assoluto il primato con undici negozi monomarca avviati nel 2012. Un processo quello dell'internazionalizzazione che il gruppo Calligaris sta percorrendo, con successo, ormai da una trentina d'anni e oggi giunto alla terza fase che si caratterizza per una presenza su mercati internazionali composta da strutture "fisiche" di vendita e commerciali affiancate a una sezione retail. Un'internazionalizzazione in fase 3.0, insomma, che permea le scelte strategiche aziendali anche e soprattutto in prospettiva futura, considerata la forte battuta d'arresto del mercato nazionale. "La formula degli spazi a marchio Calligaris si sta rivelando davvero vincente tanto che il fatturato prodotto rappresenta circa un terzo dell'intero volume con una crescita, in percentuale, a doppia cifra - afferma Giorgio Gobbi, amministratore delegato del Gruppo Calligaris -. La distribuzione multimarca, invece, sta soffrendo in tutti i paesi sviluppati. Stessa situazione in Italia dove i 30 negozi



Al Salone di Milano verranno presentate una cinquantina di nuove proposte

mono marchio sono gli unici a tenere e per questo motivo continueremo a investire in questa direzione". Verrà implementata anche la rete di vendita internazionale "con nuove aperture di negozi monomarca e spazi a marchio Calligaris in aree chiave - segnala l'ad - come Inghilterra, Francia, Russia, nord

America e Far East, zone in cui le performance dei nostri prodotti sono buone". Quanto ai dati del bilancio 2012, Giorgio Gobbi riferisce un sostanziale equilibrio rispetto al 2011 quando il fatturato ammontava a 141,3 milioni di euro con una componente dell'export prossima al 60%. "Componente che per il 2012 e per il 2013 - fa notare Gobbi - si prevede ancora più marcata in virtù della crescita delle vendite sui mercati esteri e della flessione della domanda interna". Parallela alle strategie sul piano dell'internazionalizzazione, il Gruppo Calligaris negli anni ha arricchito la produzione propo-



nendo al consumatore finale un vero e proprio stile del living. Dalle iniziali sedie, infatti, oggi il catalogo a marchio "Calligaris" propone migliaia di varietà di oggetti, componenti d'arredo, dalle sedute, ai divani, ai tavoli, ai mobili fino ai lampadari. Una vastità produttiva che si caratterizza anche per l'accostamento di materiali diversi (legno, plastica, metalli, vetro, ceramica, gres porcellanato), un'implementazione in linea con l'evoluzione del settore, dell'orientamento del mercato ma soprattutto finalizzata a promuovere un brand e la sua filosofia. "Per il 2013 - annuncia Gobbi - rilanceremo il

comparto degli imbottiti. Divani, poltroncine e sedie nuove saranno parte integrante della cinquantina di proposte inedite della nostra collezione che presenteremo al Salone del Mobile di aprile". Anche l'organizzazione produttiva del gruppo Calligaris, governata dal quartier generale di Manzano, si appresta a un'evoluzione che riguarderà la gestione delle filiere nell'ottica di aumentarne la capacità produttiva. Previsto anche un ampliamento degli organici. Ad accompagnare il Gruppo Calligaris in quest'ennesima trasformazione calendarizzata per il 2014, è la Jmac, società di consulenza italo-giapponese.

IN CIFRE

1.000 m³ di merce spedita al giorno

Anno di fondazione: 1923

Presidente: Alessandro Calligaris

Presenza in 90 paesi

404 tra stores monomarca (64), gallery (230), shop in shop (110)

Fatturato 2011: 141,3 milioni di euro

L'incidenza export pari al 57% del fatturato

Margine operativo lordo: 23,5 milioni di euro

10% del fatturato del gruppo deriva dal mercato Nord Americano

Gruppo e organizzazione produttiva: 5 aziende, 10 stabilimenti di cui uno in Croazia, 2 negli Usa e uno in Giappone

575 dipendenti

800 i modelli a catalogo

7 mila le varianti di prodotto

20 mila m³ di legname impiegato per la produzione

120 mila le unità prodotte al mese

280 mila i prodotti in stock

74 mila m² di magazzini

1.000 m³ di merce spedita al giorno

SERENI ORIZZONTI

+ 150% in tre anni

Una crescita che non ha paragoni

Lo sviluppo del gruppo Sereni Orizzonti S.p.A. diventa un caso nazionale. La società udinese che dal 1996 si occupa di progettare, realizzare e gestire case di riposo è infatti balzata agli onori della cronaca per una crescita che in Italia non ha paragoni. Al punto da meritare un capitolo ad hoc nell'indagine annuale sulle residenze sanitarie assistenziali condotta dall'Auser e ripresa anche dal principale quotidiano economico, Il Sole 24 Ore, nel suo inserto sulla sanità ha definito l'incremento degli utili del Gruppo "senza eguali, se confrontato col più ampio settore industriale e dei servizi". L'indagine indipendente dell'Auser (associazione di promozione sociale nata nel 1989) conferma quello che già i dati di bilancio della società facevano presagire: Sereni Orizzonti ha avuto una crescita tale da essere definita "l'operatore più dinamico del settore". La ricerca, che ha analizzato i maggiori attori del comparto e i loro bilanci, ha rilevato che la performance economica-finanziaria del Gruppo è di assoluto rilievo: "Nel triennio 2009/2011

- recita il documento Auser -, gli utili registrano un forte miglioramento (da circa 765 mila euro nel 2009 a circa 1,9 milioni di euro nel 2011); si trat-

L'indagine Auser segnala l'azienda come "l'operatore più dinamico del settore"

ta di un incremento del 150% in tre anni che non ha paragoni. Il documento sottolinea quindi "i tassi di sviluppo notevolissimi" di Sereni Orizzonti, considerato "il miglior interprete nazionale, in quanto la strategia di penetrazione e sviluppo intrapresa consente alla società di conseguire ottimi risultati in termini di crescita dimensionale accompagnati da livelli di redditività di grande rilievo". L'indagine segnala anche il numero di dipendenti che è cresciuto dal 2009 al 2011 del 139,81% e nel 2012 di un ulteriore 18%, per la maggior parte persona-

le femminile e giovane. Secondo l'Auser, la scelta di puntare alla realizzazione diretta delle strutture (costruzioni ex novo su iniziativa del Gruppo), unita ad "una corretta ed efficace gestione aziendale" sono linee strategiche che si rivelano valide alla luce di altissimi livelli di redditività che "non hanno praticamente eguali in altri settori economici, in particolare in un triennio in cui la crisi ha colpito pesantemente svariati comparti produttivi e del terziario". Una crescita che consolida la posizione di Sereni Orizzonti come uno dei più grandi gruppi italiani del settore e le permette di guardare al futuro con la consapevolezza di seguire la strategia corretta. Non a caso, anche per il 2012, il Gruppo ha continuato negli investimenti: oltre a consolidare la sua posizione in Piemonte, la società friulana si è espansa anche nel vicino Veneto, dove gestisce la Rsa da 70 posti di Follina (Tv) e ha vinto la gara indetta dal Comune di Torre di Mosto (Ve) per l'acquisto di un terreno e la successiva costruzione di una Rsa da 100 posti letto. Infine a Bovo-

lenta (Pd), Sereni Orizzonti ha acquistato un terreno di 7 mila metri quadrati per la realizzazione di un Centro Servizi Residenziali da circa 70 posti. Il 2012 ha segnato anche il debutto del Gruppo nel Sud Italia, in Sicilia, con la struttura di



Bivona (Ag), per cui ha vinto la concessione pluriennale. Con questi traguardi, la società ha raggiunto quota 35 strutture (tra attive e in costruzione) in sette regioni italiane con un'offerta di circa 2200 posti letto.



CURIOSITÀ

Nuova apertura ad Aiello

Aprirà a inizio 2013 la nuova struttura del Gruppo Sereni Orizzonti in Friuli Venezia Giulia. La società udinese infatti sta per avviare una residenza ad Aiello del Friuli, in posizione baricentrica rispetto a tutta la Bassa Friulana. Il presidio ad alta recettività (può ospitare fino a 118 utenti) è una casa protetta realizzata appositamente per anziani non autosufficienti con elevata compromissione delle funzionalità e quindi ad alto grado di necessità assistenziale. Costruita ex novo con un investimento di circa 9 milioni di euro, la struttura occuperà un'ottantina di lavoratori tra infermieri, operatori socio sanitari, addetti alla cucina e personale di servizio. A inizio dicembre, invece, Sereni Orizzonti ha inaugurato la sua 11ª struttura attiva in terra piemontese: a Carmagnola, il Gruppo ha ristrutturato un ex hotel di lusso trasformandola in una Rsa che può accogliere 60 ospiti a diversi gradi di non autosufficienza. Sempre in Piemonte, la società friulana sta realizzando altre 2 strutture a Momo (No) e Scalenghe (To).

Sedici anni fa la nascita dal nulla, poi il boom in tempi di crisi. Ecco il successo di una società friulana che lotta con i colossi europei

IMPRESE

GSA

Garanzia nei servizi

Fiore all'occhiello la sicurezza antincendio. Tra i clienti anche il comando della Nato a Napoli

Antonella Lanfrit

Le società controllate dal sistema delle cooperative emiliane, le multinazionali francesi ed europee in genere, colossi da miliardi di euro di fatturato nel settore dei servizi, sono i suoi abituali competitor, ma lui non ne è per nulla spaventato. Anzi stimolato. Sedici anni fa ho creato dal nulla una

Dagli ospedali agli eliporti, dalle autostrade alle università: Gsa lavora per l'80% con il settore pubblico



Gsa gestisce la sicurezza antincendio su molte reti autostradali

società che oggi è fra le principali realtà del settore in Italia e che, grazie alla qualità ed alla straordinaria cura del dettaglio, spesso riesce ad avere la meglio su questi colossi.

È lo spirito con cui si presenta **Alessandro Pedone**, fondatore e azionista di riferimento di GSA - Gruppo Servizi Associati, società leader nel settore del multiservizi in Italia, garante di un servizio integrato fornito in outsourcing con elevata specializzazione in diversi ambiti di intervento, che si rivolge sia a enti pubblici che ad aziende private: sicurezza e vigilanza antincendio, pulizie industriali e sanitarie e servizi di portierato e front line.

Un impegno trasversale che ha consentito al Gruppo, di registrare un fatturato consolidato superiore ai 37 milioni di euro nel 2011, in crescita del 20% rispetto all'anno precedente. «E quest'anno chiudiamo il 2012 con 42 milioni di fatturato, +15% sul 2011», aggiorna Pedone, imprenditore di pri-

ma generazione. Dagli ospedali agli eliporti, dalle autostrade alle università sino alla grande distribuzione organizzata (gdo): GSA lavora prevalentemente con clienti della sfera pubblica, mentre circa il 20% riguarda aziende private. «Abbiamo anche acquisito un cliente del tutto particolare, che al di là del dato economico rappresenta per GSA un motivo di orgoglio», ovvero il Comando Generale delle Forze Alleate Nato del bacino mediterraneo a Napoli.

Già prima della fondazione della società nel 1996, Alessandro Pedone aveva intuito la possibilità di terziarizzazione dei servizi antincendio in Italia nell'ambito della legge 626/94 e quindi delle aziende classificate ad alto rischio incendio dalla norma. Da quel momento, proprio l'antincendio è diventata la punta d'eccellenza di GSA, ambito in cui si è distinta per importanti referenze. Fra queste, il recente accordo con

Impregilo Group per la gestione della sicurezza antincendio sull'autostrada A3 Salerno-Reggio Calabria, una commessa da 2 milioni di euro. «La sicurezza antincendio è garantita dalla nostra azienda lungo le cinque gallerie a doppio senso di circolazione, a singola canna, da cui deriva la criticità in termini di sicurezza - spiega Pedone. Questa commessa rafforza il nostro ruolo di leadership a livello nazionale nel settore della sicurezza antincendi: la Salerno-Reggio Calabria, infatti, arriva dopo i tunnel del Monte Bianco, del Frèjus, del Gran Sasso, le autostrade A24, A25, A32 e la complanare romana per conto del gruppo Toto Spa.»

Anche negli altri settori GSA prosegue la propria marcia di sviluppo, «il 27 dicembre a Firenze abbiamo sottoscritto il contratto d'appalto per lo svolgimento del servizio di portierato e front line, in totale outsourcing per conto della Regione Toscana, una commes-

sa di circa 10 milioni di euro».

«Non c'è futuro e non c'è sviluppo senza investimenti», prosegue Pedone, che lo scorso anno ha investito 4 milioni di euro per trasformare un vecchio opificio nella nuova casa di GSA: un gioiello da 6 mila mq con uffici, palestra e area nursery. «Di recente abbiamo anche aperto la nuova sede di Napoli, che si somma a quelle già operative a Roma, a Tavagnacco, ad Aosta e a Bari e a Bordeaux, Chamonix e Nova Gorica all'estero: una scelta strategica che ci consente di presidiare in maniera più forte tutti i territori ove operiamo, oltre che di rafforzare il dialogo con gli apparati pubblici dai quali deriva la quota più consistente del nostro business, a marzo apriremo anche a Milano».

Dunque nessun segreto in una storia aziendale che continua ad essere di successo anche tra le tormentate della crisi e pur avendo come mercato privilegiato (il 97%) quello do-

IN CIFRE

Oltre 2000 risorse impiegate

1996 - anno di fondazione di G.S.A.

2012 - 42 milioni di fatturato (+53% incremento sul margine operativo lordo)

2160 - le risorse impiegate in tutta Italia

110 - le province italiane coperte

50 - le strutture ospedaliere in cui GSA svolge le proprie attività

5 - le filiali in Italia: Roma, Tavagnacco (UD), Aosta, Bari, Napoli

3 - le filiali all'estero: Bordeaux, Chamonix, Nova Gorica

CURIOSITÀ

+ 18% di ordini nel 2013

Per il 2013 «il portafoglio ordini registra già un +18%». Alessandro Pedone, fondatore e azionista di maggioranza di GSA, sintetizza così il suo sguardo sull'anno che verrà e sulle prospettive dell'azienda. Con direzione generale e amministrativa a Tavagnacco, sede legale a Roma, 3 filiali in Italia e 3 all'estero, la società è strutturata in 5 divisioni operative: vigilanza e formazione antincendio, portierato e front-line, pulimento industriale e sanitario, strutture di assistenza alla terza età. Forte di un team dinamico e professionalmente preparato, GSA si distingue per l'ottimo organigramma aziendale, strutturato in uffici tecnico, paghe, risorse umane, gare, finanziario, amministrativo, operativo e di supporto alle attività, coordinata da un pool specializzato, condizione essenziale per poter concorrere nel complesso mondo degli appalti pubblici e delle grandi commesse private. Il committente ha il vantaggio di relazionarsi con un unico interlocutore, che è in grado di offrire competenze specifiche e professionalità in una pluralità di settori, rispondendo direttamente della qualità del servizio reso. Qualsiasi esigenza è sempre risolta just in time.

mestico. «La mia personalissima impressione è che le aziende in crisi nel nostro settore, e sono molte, sono quelle che già prima non erano al passo con i tempi, figlie di logiche del tutto superate - osserva l'imprenditore -. Per il settore delle pulizie e del facility management in genere da sempre non siamo mai stati solo fornitori, ma veri partner della stazione appaltante - sottolinea -; sul fronte sicurezza e vigilanza antincendio, sin dalle prime norme in materia ci siamo strutturati per acquisire conoscenze, consolidare e sviluppare una cultura in materia ed essere pronti a dare sempre le risposte adeguate. Oggi che le norme sono diventate cogenti per moltissime e importanti realtà, ci cercano persino per il consulting puro, oltre che per fornire i servizi».

M&G SNC DI BUIA

Esperti in comunicazione marketing

Come ideare qualcosa di innovativo

Se per migliorare bisogna innovare, per innovare è necessario avere il coraggio di cambiare.

È questa la filosofia che guida l'attività dell'agenzia M&G Snc di Buia, società specializzata in marketing, comunicazione e organizzazione di eventi aziendali. A fondare la società, forti della pluriennale esperienza nel mondo milanese della moda e delle pubbliche relazioni, sono stati i fratelli Mauro e Gloria Corda, che hanno fatto convogliare le loro capacità nelle attività proposte dall'agenzia.

«La nostra chiave per far fronte alla crisi economica attuale è quella di offrire alle imprese una nuova visione di approccio al mercato», spiega Mauro Corda. «In pratica - prosegue il titolare di M&G, che annovera un ricco portfolio clienti, dove compaiono anche, tra gli altri, Bracco, Oro Caffè e Baby Expert - il concetto di base a cui facciamo riferimento nelle nostre campagne pubblicitarie e di marketing è quello di non porre sempre e solo l'accento sulla qualità dei prodotti propo-



impresa». Per studiare al meglio ogni progetto, la M&G può contare su un team composto da 6 persone, tra dipendenti e collaboratori, tutte altamente preparate nello studio di comportamenti d'acquisto e tecniche di persuasione e che s'impegnano quotidianamente nel formulare consulenze di marketing mirate. «Il nostro lavoro

L'azienda annovera un ricco portfolio clienti, dove compaiono, tra gli altri, Bracco, Oro Caffè e Baby Expert

- specifica Corda - comprende anche l'analisi approfondita delle caratteristiche del target di riferimento delle nostre aziende clienti, valutando le loro capacità operative, nonché la percezione del posizionamento sul mercato: grazie a questo studio, poi, siamo in grado di realizzare campagne pubblicitarie efficaci, volte alla corretta trasmissione dell'im-

magine aziendale». Un'immagine, quella che la M&G vuole far emergere delle proprie aziende clienti, che come sottolinea lo stesso titolare, deve essere «assolutamente trasparente, autentica ed essenziale. Siamo quotidianamente esposti a messaggi pubblicitari, subliminali e persuasori che ci aggrediscono costantemente e a cui non riusciamo a far fronte: è facile capire quindi, che rimane poco spazio per l'etica e il buon senso soprattutto nel campo della comunicazione pubblicitaria, terreno in cui la competizione è molto ardua». Tenendo sempre presente il concetto di «qualità percepita dell'azienda», filo conduttore di tutta l'attività messa in atto dall'agenzia, la M&G Snc è in grado di offrire alla propria clientela un ampio e completo ventaglio di servizi. «Per emergere, la via da percorrere non è mai quella più facile e scontata», conclude Mauro Corda. «Solo in questo modo, però, è possibile per le imprese far conoscere la propria unicità».

Marzia Paron

CURIOSITÀ



Il progetto "Zero"

La M&G Snc è anche ideatrice e promotrice di un'iniziativa, denominata progetto "Zero", che «sta riscuotendo successo - spiega Corda - perché dimostra che è possibile ricondurre le azioni del marketing e della comunicazione pubblicitaria in un'ottica eticamente valida, attraverso la realizzazione di messaggi puliti e trasparenti». Secondo il titolare di M&G, è necessario che il mondo del marketing e della pubblicità si dotino finalmente di un vero codice etico, perseguendo il profitto dell'impresa senza oltrepassare i limiti e prevaricare i confini della correttezza e dei valori. «Percorrere la strada più breve, e cioè quella che utilizza metodi banali e poco ortodossi - aggiunge il titolare - è ormai divenuta una regola in ambito pubblicitario: "Zero" analizza appunto gli effetti collaterali di tali messaggi e ne trae delle conclusioni». Conclusioni che si concretizzano poi in innovative e ragionate tecniche di marketing e comunicazione in cui il punto di forza sta, appunto, nella correttezza.

Un'idea originale, una scelta coraggiosa: a Udine nasce una teeria

IMPRESE

LA VIA DELLA SETA



Valentina Coluccia

In un'epoca frenetica e quasi sconcertante per la mancanza di tempo che ci affligge e ci costringe a sentirci perennemente in corsa c'è chi, a Udine, ha fatto una scelta coraggiosa: quella di aprire una teeria. Il termine stesso ci dice poco e niente se non lo contestualizziamo e dunque bisogna essere più specifici: da martedì 11 dicembre in via Vittorio Veneto 30, in città, è stato aperto un negozio di thè pregiati, che si chiama "La via della Seta" che, oltre a rappresentare un punto vendita delizioso per acquistare la profumata bevanda, rappresenta anche un'occasione unica per potersi fermare per qualche minuto e gustarsi una tazza delle preziose miscele che provengono da India, Giappone, Sri Lanka e Cina. All'interno del negozio infatti è stata allestita una piccola ma d'effetto Sala da thè seppur al momento sia d'élite in quanto

vi possono accedere pochi intimi per volta, circa una ventina di persone. L'atmosfera merita una visita in quanto i titolari, Furio Iannuzzi e Fabio Fabro hanno saputo ricreare un ambiente davvero unico: con lampadari in carta di riso, l'uso sapiente del teak e del bambù, una musica orientale di sottofondo che culla e predispone lo spirito alla tranquillità. "Bere il thè nei paesi orientali rappresenta un vero e proprio momen-

to di pausa rispetto alla quotidianità frenetica della giornata - racconta Furio - soprattutto in Giappone dove ho fatto la mia esperienza personale e ho potuto constatarlo con i miei occhi. Lì non viene recepita un po' come da noi e cioè come un semplice passatempo per conversare di frivoli pettegolezzi o un modo raffinato di dissetarsi: esprime piuttosto una filosofia di vita. A questo proposito gli ospiti che intervengono alla ce-

Gustarsi il tè in un'oasi di pace

rimonia devono trovare in essa un'oasi di pace e di tranquillità dalle ansie del mondo, dove la mente possa aprirsi a una serena riflessione o meditazione. In questo senso allora la cerimonia del tè, diventa un modo per "trattenere" la bellezza così come la intende il popolo giapponese, la cui raffinatezza si esprime tramite la semplicità e la povertà delle cose: una tazza di tè soddisfa così l'umano bisogno di serenità e di ricerca di pace interiore". Tornando al negozio di Via Veneto, la Via della Seta rappresenta in città l'unico concept

In vendita anche i prodotti. E per Natale il barattolo che conserva gli aromi

store in regione, un posto cioè dove si possono sia acquistare che degustare i prodotti, scegliendo con calma come assaggiare i propri gusti. "Non abbiamo solo thè - spiega ancora Furio - anche se di quello ce ne sono ben settanta tipi, abbiamo specialità per tutti i

gusti: anche un'ottima cioccolata artigianale e dei dolci che si accompagnano volentieri a qualsiasi bevanda per addolcire il momento del relax". Oltre al thè e alle bevande non mancano le suppellettili che necessitano per preparare le miscele secondo tutti i crismi: teiere strumenti utili a far infondere le foglie di tè il tempo necessario a renderlo perfetto e ancora tazze, infusiere adatte ad ogni stile: quella in acciaio a forma classica d'uovo, di cassetta, o quelle dalle fogge più moderne. Per le teiere è importante sapere che dopo l'utilizzo non vanno mai lavate con saponi e detersivi, ma risciacquate con acqua calda, oppure con acqua calda e bicarbonato se si desidera rimuovere la sottile patina bruna che si deposita a volte all'interno, quindi messe ad asciugare in un luogo fresco e asciutto. Da non dimenticare neppure la base su cui poggia tutto questo e cioè la tovaglietta: di stoffa, plastica o bambù è essenziale per salvaguardare il bell'aspetto del tavolo su cui poggia il tutto e utile per appoggiare sullo stesso anche i contenitori più caldi. Per concludere dando anche un'originale idea regalo, il negozio La via della Seta propone per Natale un regalo utile: il barattolo per conservare il thè: "Il tè teme l'aria e la luce - conclude Furio - e va pertanto conservato in contenitori a chiusura ermetica e non trasparenti. I contenitori ideali sono quelli in latta, in cartone foderato internamente di alluminio, in legno o in materiali tipo lacca e bachelite, mentre andrebbero evitati quelli in plastica, in ferro, in vetro, in porcellana (poiché quasi mai sono ermetici) e i sacchetti di carta. Qui in negozio ce ne è per tutti i gusti".

CURIOSITÀ

Una cerimonia originale

Colui che ospita si ritira in una stanza per la preparazione delle suppellettili necessarie e ritorna ben presto con il recipiente per l'acqua, il mestolo, e una base di appoggio per il bollitore o per il mestolo. Asciuga poi la scatola del tè e il mestolo con un telo speciale, chiamato fukusa, e lava il frullino nella ciotola del tè contenente acqua calda presa dal bollitore con il mestolo. Vuota quindi la ciotola, versando l'acqua nel recipiente vuoto che aveva portato in precedenza e l'asciuga con un chakin, un pezzo di tela di lino. Quindi prende la scatola del tè e con l'apposito cucchiaino prende del matcha, tre cucchiaini pieni per invitato; poi, prende un mestolo di acqua calda dal bollitore e ne versa circa un terzo nella ciotola e il resto di nuovo nel bollitore. Infine, rimescola con il frullino fino a che non si addensa, diventando come un puré di piselli. Il tè così preparato si chiama koicha. L'ospite depone la ciotola al suo posto, presso il focolare o il braciere, e l'invitato più importante si avvicina in ginocchio per prenderla; si china, quindi, davanti agli altri invitati e mette la ciotola sul palmo della sua mano sinistra, sorreggendone un lato con la mano destra.

IN CIFRE

70 tipi da 4 paesi

70 tipi di tè

4 paesi da cui provengono i tè: Sri Lanka, Cina Giappone e India

1 cioccolata artigianale

20 posti a sedere nella teeria

17 metri quadri la sala da thè d'élite

LOGOS IMAGING

Fotografie ma non solo

Dare immagine ai prodotti

Belle fotografie, ma non solo: Logos Imaging ha come mission l'arte di fare le cose belle che funzionano bene. L'azienda nasce come studio fotografico nel 1986 e si occupa prevalentemente di fotografia sociale e pubblicitaria, in seguito diventa Logos Imaging e amplia la sua offerta che, attualmente è quasi esclusivamente digitale, affiancando servizi come la grafica 3D fotografica e di animazione consolidata da anni di esperienza nel settore. "La nostra - racconta Mauro Caffieri - è una realtà snella e si basa su un team coeso, 3 collaboratori fissi e in alcuni freelance, di art direction e coordinamento che realizza in prima persona tutti i progetti, con l'obiettivo della qualità ottimizzando i co-

sti. Per raggiungere questi risultati viene messa in campo una rete di imprese in cui ogni protagonista partecipa in maniera attiva alla realizzazione del progetto comunicativo ri-

Soluzioni grafiche, design e progetto vengono tutte realizzate "in casa"

chiesto dal cliente. "Siamo un gruppo di professionisti della comunicazione digitale, desiderosi di mettere a frutto le loro significative esperienze nel campo della grafica, della fotografia, del web, dell'audiovideo interattivo, della stampa e del-



la comunicazione tout-court. Operazioni queste che per il cliente rappresentano un risparmio sui costi e sui tempi di lavorazione, avendo di fronte un unico interlocutore a cui fare riferimento che poi sarà il project manager, il contatto diretto con l'art direction che svilupperà in prima persona, senza intermediari, il progetto di immagine voluto dalla cliente, per la maggior parte a carattere regionale, agenzie di comunicazione: Aztec design, Direweb, Espressione, Lukistudio, Studio Matteucci, Modern Group, ma anche aziende private ed enti pubblici. Non mancano collaborazioni a livello internazionale. "Il nostro ramo di intervento è la comunicazione tout-court: dal Branding analysis e sviluppo Brand per i prodotti ai concept grafici &

campagne coordinate. I clienti scelgono i prodotti in base al loro valore percepito e non al valore reale: il valore percepito di un prodotto o di un'azienda nasce dalla forza della sua Brand Identity." "Studiamo i Planning comunicativi, la cura dell'immagine fotografica dell'azienda e dei prodotti del committente." Lo sviluppo di Siti Web dinamici e grafica online ad alto impatto visivo, ottimizzata per Desktop e Mobile. Soluzioni grafiche, design e progetto vengono tutte realizzate "in casa", ovvero lavorando direttamente su progetti e bozzetti studiati assieme al cliente. "Guidiamo l'acquirente nelle scelte stilistiche migliori per rendere la sua comunicazione un efficace strumento per migliorare il suo business."

Gino Grillo

CURIOSITÀ

Scenografie mobili

I set di posa della Logos Imaging sono una chicca dell'azienda di Mauro Caffieri. Logos è dotata di due studi di posa, uno di piccole dimensioni, dedicato allo still-life di circa 30 metri quadri di superficie, ed una grande sala di posa per allestimenti di set fotografici e fondo continuo di ben 400m. "Nel set per Still Life - spiega il titolare dell'azienda - sono presenti impianti flash da 5000w mentre nello studio grande sono a disposizione luci flash fino a 7000w adatte a posa di moda.

Per quello che riguarda i set di arredamento sono disponibili 10.000w di luce continua. Sono presenti scenografie mobili con la possibilità di costruire ambienti reali di grande impatto visivo, con numerosi pavimenti e finiture tra cui scegliere." Con Logos Imaging tutte le esigenze di ripresa e creazione di immagini altamente professionali volute dal cliente sono soddisfatte: "Abbiamo conoscenza delle varie problematiche in studio, dei prodotti e lunga esperienza nel risolverle al meglio trovando sempre la soluzione più adatta, economicamente più vantaggiosa." Logos imaging vanta una esperienza pluriennale nella progettazione e produzione di prodotti a stampa tradizionali ed innovativi, quali coordinati grafici aziendali, le brochure di presentazione, cataloghi stampati ad arte sulle migliori carte del mercato". Altra attività in cui eccelle Logos Imaging è la realizzazione multimediale con video e audio. Nel 1992 Mauro Caffieri collabora come docente con la Galleria D'Arte Artemisia organizzando corsi di fotografia di diversi livelli e tematiche: dalla fotografia di base, ritratto, nudo, digitale, programmi di fotoritocco digitale fino al laboratorio tradizionale di sviluppo e stampa in bianco e nero. Come docente collabora anche con la Cna, l'Associazione culturale l'Opera di Coseano nelle scuole primarie di Udine e Martignacco con corsi di introduzione alla fotografia. Nella veste di vicepresidente e socio fondatore, consulente per la comunicazione al Caffè Letterario Udinese.

Logos imaging di Mauro Caffieri logos.imaging@yahoo.it info@logosimaging.net 0432 233876.



Il ritorno in Friuli e all'agricoltura in chiave moderna ha premiato la scelta coraggiosa di un imprenditore

IMPRESE

VIGNE DEL MALINA

Eccellenze in bottiglia

Vengono prodotti vini bianchi e rossi, adatti soprattutto all'export. E la Cina è vicina

Alberto Rochira

"Felicità è un lavoro ben fatto". Un motto che si respira nell'aria alle Vigne del Malina, società agricola di Roberto Bacchetti e Marialuisa Trevisan a Orzano di Remanzacco. L'idea di fondo che sta dietro ai meriti successi dei Vini del Malina è sintetizzata bene dal titolare: "Ho voluto tornare alle radici di mio padre e investire nell'agricoltura italiana in un'ottica di professionalità e di moderna imprenditorialità".

Pare semplice, ma dietro c'è una lunga avventura, iniziata molti anni fa. A partire dall'amore di papà Alberto Bacchetti per la sua terra: lui, emigrante vissuto per 50 anni in Venezuela, poco distante da Maracaibo, dove aveva accumulato una notevole fortuna con l'industria siderurgica, non aveva mai voluto mollare il legame con la natia Purgessimo. Un vincolo così forte che già nel 1970, mentre ancora risiedeva all'estero, Alberto aveva acquistato della terra in Friuli, appunto per mantenere salde le sue radici e per non perdere le tradizioni agricole dei suoi genitori. A fare fruttare l'investimento aveva messo un esperto del settore come Giulio Pantarotto, padre di Omar, che oggi è il direttore tecnico delle Vigne del Malina, dove lavora sin da quando era un ragazzo. "Poi nel 2007 siamo tornati tutti a risiedere qui in Friuli - racconta Roberto, 45enne nato e cresciuto in Venezuela -; in questa terra dove la vite viene coltivata da secoli siamo stati felici di rientrare,

quando nel paese sudamericano si sono verificate delle condizioni di instabilità politica e non ci siamo sentiti più sicuri".

Di papà Alberto, scomparso nel 2008, il titolare ricorda soprattutto la grinta straordinaria. "Un grande lavoratore - commenta -, costante e visionario". Rimane a fianco di Roberto, come socia in azienda, mamma Marialuisa, nativa di Ronchi dei Legionari, che aveva conosciuto Alberto quando lavorava come insegnante a Purgessimo.

Al centro della tenuta, oggi, c'è una bella villa dell'Ottocento, fulcro di un complesso di edifici ancora più antichi, di discreto valore storico e architettonico. E intorno si estendono 150 ettari di terra coltivata con passione e dedizione, della quale i vigneti occupano una parte. "Perché oltre che di Vigne del Malina - spiega Roberto -, sono titolare anche dell'azienda agricola originariamente acquistata da mio padre". Le Vigne del Malina nascono dove due torrenti, il Malina e l'Ellero, hanno disegnato una forma

di calice. "Siamo nel cuore del Friuli, da sempre zona di grandi vini - commenta Roberto - e questo è un terreno alluvionale dove si trova un microclima unico, ideale non per le grandi quantità, ma per l'elevata qualità. Il posto giusto per creare il vino come piace a noi".

Oggi i vini in produzione sono tre grandi bianchi (Chardonnay, Pinot Grigio e Sauvignon) e tre rossi altrettanto prestigiosi (Cabernet Franc, Merlot e l'autoctono Refosco dal Peduncolo rosso). Prodotti strutturati, adatti soprattutto all'export,

IN CIFRE

Produzione
annua di 350 hl

Superficie totale: 150 Ha

Superficie a vite: 10 Ha

Quota export: 40%
(in crescita)

Quota mercato nazionale:
60%

Produzione annua: 350 hl

I prodotti bandiera: Pinot
Grigio per i bianchi e il
Refosco per i rossi

Investimento ricerca
e innovazione: 20%
del fatturato annuo

Mercati esteri: Arabia
Saudita, Cina, Giappone,
Belgio, Svizzera

Un'attenzione particolare è riservata all'invecchiamento per distinguersi dai concorrenti

la cui crescita rappresenta uno degli obiettivi di Vigne del Malina. "Se riusciamo a sfondare in Cina - dice il titolare -, andremo sempre meglio, perché quello è un mercato in crescita,

che assorbe quantità notevoli".

Roberto ci tiene a sottolineare che i vini di Vigne del Malina sono innanzitutto genuini. "Cerchiamo di farli nel modo più naturale possibile -

Alberto Bacchetti ha vissuto per cinquant'anni in Venezuela prima di ritornare in provincia di Udine

spiega - perché i nostri valori sono fondati sulla semplicità: amiamo i prodotti buoni, puliti e molto varietati. Ci piace il sapore delle origini, e dunque - aggiunge - vogliamo tornare al gusto, all'aroma, alla struttura e soprattutto al carattere particolare che distingue ogni vitigno".

Un altro aspetto a cui il titolare riserva un'attenzione particolare è l'invecchiamento. "Al momento - afferma - stiamo commercializzando i bianchi del 2009 e i rossi del 2007. I nostri sono tutti vini da invecchiamento di altissima qualità. La nostra è un'azienda relativamente nuova - prosegue - che deve confrontarsi qui in Friuli con numerosi competitor che spesso offrono ottimi vini freschi. Dunque questo ci sembra un modo interessante per distinguerci, andando controcorrente". Tra i target commerciali ci sono anche i ristoranti di alto livello e le enoteche più rinomate. Per Roberto Bacchetti, comunque, ogni scelta di qualità si costruisce a partire dal sapere umano. "Perché l'uva è importante - dice -, ma l'uomo molto di più".



CURIOSITÀ

Il Pinot nei 100 Top Wines

"Non cerchiamo le grandi quantità e per questo possiamo permetterci di produrre solo vini eccellenti: bottiglie alle quali noi possiamo dare volentieri il nostro nome, e alle quali il cliente può concedere tutta la sua fiducia". Così, riprendendo un concetto ben espresso sul sito Internet dell'azienda, Roberto Bacchetti spiega la filosofia di una produzione di prima qualità, che ha già conseguito numerosi riconoscimenti. Sfolgiando il carnet dei successi incamerati quest'anno, è dello scorso 4 ottobre 2012 l'ingresso nei 100 Top Wines del Friuli Venezia Giulia di Vigne Del Malina, con il Pinot Grigio annata 2009. Andando a ritroso, altri meriti successi nel mese di settembre ai "China Wine Awards", il maggiore concorso al mondo di vini e spiriti dedicato interamente al mercato cinese, tenutosi a Hong Kong, con la presenza di 2.000 vini e spiriti da 35 nazioni e ben 100 giudici. Sei i vini presentati in questo contesto da Vigne Del Malina. E tutti hanno ottenuto riconoscimenti di ottimo livello: il Chardonnay 2009 e il Pinot Grigio 2009 hanno ricevuto la Doppia Medaglia d'Oro, a Chardonnay Aur 2008, Cabernet Franc 2009 e Merlot 2007 è stata attribuita la Medaglia d'Oro, mentre il Refosco dal Peduncolo Rosso 2007 ha vinto la Medaglia d'Argento. Un'altra curiosità legata in questo caso al mondo nautico, che risale alla scorsa estate: in luglio si sono svolte nelle acque del Golfo di Trieste le regate dell'Irc Mittel Europa Criterium. Il Quantum V34 Vigne Del Malina ha ottenuto uno splendido 2° di classe B Ire e 3° overall alla "Lunga" regata costiera.

ANTICA DIMORA DELL'ARTE

Realizzate 70 "stube" tutte personalizzate

L'atelier delle stufe in maiolica

Estetica e funzionalità sanno anche andare a braccetto. Ne è una dimostrazione l'azienda "Antica dimora dell'arte" di Anna De Vincenzo Vidal, che dal 2004 è attiva a Strassoldo, frazione di Cervignano.

Qui, nel caratteristico "quartier generale", la titolare si è specializzata nella realizzazione di stufe in maiolica che abbinano efficienza energetica e piacevolezza per l'occhio, grazie all'arte di Anna: «I primi passi li ho mossi con quattro "stube", ma a oggi ne ho già realizzate 70, tutte diverse e numerate - svela -. Lavoro esclusivamente su commissione e mi affido parecchio alla fantasia. Vado a "mano libera" per offrire un prodotto personalizzato». Insomma, da un lato c'è una grande creatività, dall'altro l'elevato rendimento dei suoi prodotti: «Non tutti lo sanno, ma una stufa in maiolica è un bene durevole che consente notevoli risparmi - evidenzia De Vincenzo -: oltre ai vantaggi fiscali che esistono per chi le acquista, con 20 chilogrammi di legno è possibile scaldare per l'intera giornata una casa da 100 metri quadrati, tanto per fare un esempio concreto. Senza contare che quello prodotto è un calore "sano" e che la spesa iniziale si ammortizza in cir-



ca quattro anni. Oggi, complice anche la crisi economica, le famiglie sono più attente a come spendono il proprio denaro e questo può essere un investimento azzeccato». Ma, oltre a queste fonti di calore "tradizionali", Anna si è specializzata pure nella variante elettrica dedicata a chi non ha la canna fumaria: anche con un simile dispositivo, la maiolica non perde le sue qualità e genera

ugualmente il calore, per poi rilasciarlo nel tempo. Il vantaggio di queste stufe elettriche è dato dal fatto che se ne possono realizzare anche di dimensioni molto ridotte, che esse sono munite di timer e si possono programmare per assicurarsi una casa calda al nostro rientro. Non dimenticando, oltretutto, il risparmio energetico. Chi sceglie le creazioni di Anna, poi, ha anche un altro vantaggio: «Gra-

zie alle mie competenze da architetto, seguo personalmente tutta la filiera - racconta -: mi occupo dei sopralluoghi per valutare come una stufa possa diventare un elemento vincente dell'arredamento, valorizzando la stanza nella quale si trova. La progettazione è una parte importante della mia attività».

Nel suo laboratorio, sito all'interno del borgo medievale di Strassoldo e distante soli 4

chilometri dal casello autostradale di Palmanova, De Vincenzo libera il suo senso artistico anche con altre proposte. Ne sono esempi i tavoli o le piastrelle per bagno e cucina, realizzati ex novo o ristrutturati, senza dimenticare piatti, vasi, servizi da tè e caffè, tutti elementi in grado di impreziosire un ambiente domestico e di donargli quel "tocco in più", in grado di far assumere alla nostra casa davvero un altro aspetto. E poi, "Antica dimora dell'arte" può operare anche su un altro oggetto, molto meno diffuso: le meridiane.

Anna, a quasi nove anni dall'apertura della sua attività, mette tanta "verve" nel suo lavoro: «Il mercato di riferimento - conclude - attualmente si colloca, oltre che in Friuli Venezia Giulia, anche in Veneto e Trentino Alto Adige. Il mio obiettivo, però, è quello di diffondere sempre di più la "cultura" delle stufe in maiolica, ma per farlo devo muovermi molto: una vetrina importante è quella di "Progetto fuoco" a Verona, però occorre muoversi su più fronti». Con il suo dinamismo, mira a catturare sempre più consensi. Perché funzionalità e arte possono camminare di pari passo: vedere (il sito è www.artemaioliche.it) per credere!

Luciano Patat

CURIOSITÀ

Da manager ad artigiana

Ha scelto di seguire la strada... del cuore. Già, perché Anna De Vincenzo ha lasciato una importante carriera da manager per assecondare la sua creatività e aprire, otto anni fa, la sua attività a Strassoldo. Laureata in architettura al Politecnico di Torino, dopo aver frequentato il liceo artistico e la scuola di ceramica di Albisola, Anna ha ricoperto il ruolo di "quadro" in un'azienda, occupandosi di marketing, comunicazione e gestione del personale. «Le prime esposizioni che ho realizzato all'interno del castello locale hanno comportato riscontri entusiastici. E così, ho deciso di dare seguito alla mia vocazione da artigiana, abbandonando la mia carriera precedente per comperare e ristrutturare un vecchio edificio, che è diventato la "casa" delle mie creazioni. Chi visita il mio laboratorio resta colpito dal calore delle stufe in maiolica: è la mia migliore pubblicità!», dice con un sorriso. Anna, nata a Cuneo ma sposata con un friulano, dal 1995 si è trasferita in regione e coltiva un altro amore: quello per Strassoldo.

Forum di fine anno a cura del Comitato femminile. Diminuiscono le ditte individuali ma non mancano le opportunità

ATTUALITÀ

LA SITUAZIONE

Imprenditrici 2.0

Le tecnologie offrono nuovi approcci alla creatività. Ecco come in Friuli si affronta la sfida

Il web 2.0 e le nuove tecnologie sempre più strumenti di autorealizzazione e iniziativa imprenditoriale per le donne. Anche in Friuli. A dimostrarlo sono stati gli ospiti che hanno animato il terzo appuntamento annuale organizzato dalla Cciao di Udine attraverso il suo Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile, che si è tenuto in Sala Valduga ed è stato introdotto dagli interventi della presidente del Comitato

nale» ha detto Buttazzoni, passando la parola a Enrica Gallo. «In Italia - ha detto la presidente - nel 2010, l'economia internet ha raggiunto quasi il 2% del Pil e una ricerca Nielsen rimarca come oggi il 50% delle donne sia presente su Facebook il 28% addirittura sia blogger, con trend in crescita. Il web rappresenta un'opportunità di migliorare la visione imprenditoriale dello sviluppo del business e troppo spesso il suo uso commerciale è de-

personale e uso a fini aziendali, è l'obiettivo che ci poniamo qui, con professioniste e utilizzatrici a confronto per fornire una panoramica su come le imprenditrici friulane affrontino la sfida dell'innovazione». Se la domanda è "come", la risposta è "piuttosto bene", sentendo gli esempi degli ospiti presenti. Francesca Bianco, responsabile marketing e formazione della Federazione delle Banche di Credito Cooperativo del Fvg, ha aggiornato la co-

GIOVANNA DURÌ

L'illustratrice ha conquistato Milano

L'arte si racconta

«Lorenzo Mattotti è tragico nel bianco e nero. Gabriella Giandelli con un'immagine sa raccontare un romanzo, Pia Valentini passa con facilità dalle illustrazioni per i bambini a immagini molto elaborate e piene di significato. Per illustrare non basta saper disegnare, avere una buona mano, un tratto particolare. Devi dotarti di una rete speciale, fatta di cultura, amori, passioni, informazioni, curiosità perenne. La tecnica viene dopo, la impari, la affi-



esempio, è all'avanguardia nei disegni di animazione». Internet è un altro canale da utilizzare, sicuramente per farsi conoscere. «Ci sono continuamente concorsi e selezioni - ricorda - alle quali vale sempre la pena partecipare, se non altro per farsi l'esperienza». E ancora: aggiornarsi sempre, leggere, non "copiare" lo stile dei disegnatori già famosi.

Quello che manca per favorire i giovani talenti, secondo Giovanna, sono i "maestri", intesi come professionisti affermati disponibili a partecipare a laboratori, per coltivare la predisposizione, a insegnare "come" si lavora, come ci si rapporta con il cliente. È più importante mezza giornata trascorsa con un professionista di una costosissima lezione di teoria. «Per me - sottolinea - è stata fondamentale la "palestra" dello studio di Ferruccio Montanari a Udine. Sono arrivata che ero una lavorante, lui mi ha insegnato il metodo e poi io, con il tempo, ho trovato il mio, che ho costruito su basi solide». Un'esperienza che Giovanna cerca di trasmettere ai suoi collaboratori. Guarda con affetto Sara Codutti, il suo braccio destro, giovane "ma ricca di stimoli e concretezza".

Raffaella Mestroni

Il consiglio "Usare internet e guardare ai nuovi mercati"

ni e a volte la tralasci, prediligendo l'emozione, il sentimento». Parola di Giovanna Durì, illustratrice udinese che con il suo libro "Vecchi Cani" ha conquistato Milano. Il percorso di Giovanna comincia all'Istituto Sello di Udine e prosegue con una lunga collaborazione con l'Istituto per l'Enciclopedia Italiana (do you remember la "Treccani?"), una serie di intermezzi come grafica pubblicitaria per poi approdare alla sua chiamiamola così specializzazione: curatrice di libri e mostre. «Un lavoro che presuppone una profonda conoscenza dell'artista, non solo delle sue opere. Io cerco di scoprire la sua personalità, di entrare in rapporto con lui, di capirlo in profondità. Passo ore su Skype a confrontarmi direttamente quando preparo ad esempio un'antologica, solo così comprendo le sfumature, i dettagli, i particolari che mi permettono di capire la sua personalità, la sua essenza. Lo stesso vale se devo allestire una mostra che significa scegliere come presentarla, individuare l'autore più adatto per i testi, inventare l'allestimento più idoneo per valorizzare i lavori. Insomma, il progetto deve essere condiviso». Un lavoro che è assai più complesso, ma che non le fatto mai trascurare il suo vero amore: l'illustrazione, anche se "il mercato, per questo settore è difficilissimo - spiega - soprattutto in Italia. I mezzi di pubblicazione sono pochi e gli spazi si vanno restringendo. Certo, ci sono le riviste, come La Lettura del Corriere della Sera, Tuttolibri della Stampa, Il Domenicale del Sole 24 Ore e pochi altri. Un'eccezione, per un periodo, è stata "L'Internazionale" che trattava l'illustrazione alla pari del giornalista. Un giornalista con la matita, in pratica, con la stessa dignità e lo stesso compenso. Poi, si sa, anche l'editoria ha cominciato a sentire la crisi...».

con poco, e il mio libro ne è un esempio - carta semplice, non troppe pagine, dimensione pocket, un solo colore - oppure orientarsi verso un prodotto di pregio, il libro d'artista, un oggetto prezioso che acquisti perché gli vuoi bene». Ai giovani che vogliono indirizzarsi verso questa professione, Giovanna dà un consiglio secco: "andare all'estero, guardare a nuovi mercati, cercare collaborazioni internazionali. L'Asia per

IL SUCCESSO

Vecchi cani

Ritratti a quattro zampe

«Sono una "vecchia" esordiente. Ho curato tanti libri per gli altri, questo è il primo libro mio. Piccino piccino, ma proprio mio». Ne è timidamente orgogliosa, e ne ha ben donde, visto il successo della mostra che propone le illustrazioni di "Vecchi Cani", una raccolta di ritratti dei quattro zampe più disparati che Giovanna Durì, illustratrice udinese, ha incontrato negli anni. Allestita a Milano, nei locali della galleria Nuages (che è anche la casa editrice della pubblicazione) la rassegna ha registrato un notevole successo di pubblico e di critica. Perfino "La Stampa" le ha dedicato una pagina intera.

Delicati, a volte commoventi, sdegnosi o mogi mogi, i cani di Giovanna hanno una cosa in comune: la dedizione incondizionata nei confronti dell'umano che accompagnano. Ogni disegno è corredato da una breve didascalia che in poche righe riassume il profilo del cane e disegna la tipologia del "padrone": un sintetico ma efficacissimo ritratto di entrambi che è un quadretto di vita.

Prossima tappa della mostra Firenze, in marzo, in una galleria che segue solo gli illustratori e dove attualmen-

te espone Guido Scarabottolo, grafico e illustratore prediletto dai maggiori editori italiani.

Una tappa importante di un percorso che Giovanna ha iniziato nel 1979, come grafico

Perfino La Stampa ha dedicato alla raccolta una pagina intera

editoriale e proseguito poi come curatore di mostre e cataloghi per i migliori illustratori contemporanei, da Lorenzo Mattotti a Gabriella Giandelli, da José Muñoz a Roland Topor, da Pia Valentini a Franco Matticchio. Oggi, con "Vecchi Cani" è tornata alla sua vera passione, il disegno.



Enrica Gallo e del componente di giunta Franco Buttazzoni. Il quale ha presentato le cifre aggiornate al 30 settembre sull'impresa "rosa" in Fvg. «Sono poco più di 24 mila le quelle attive in regione - ha detto -: cifra pressoché stabile negli anni, aumenta leggermente in percentuale (24-25%) nel confronto con tutte le imprese. Il picco è in provincia di Udine, dove le femminili sono il 25,4% del totale e Udine è anche il territorio cui appartiene il 49,6% delle imprese femminili del Fvg». E se è femminile il 27% delle imprese attive del commercio, sono ancora più alte le percentuali sul totale delle imprese nell'agricoltura (33%), nei servizi di alloggio e ristorazione (dove è "rosa" oltre il 36% delle imprese), nella sanità e assistenza

legato a figure interne poco specializzate o a professionisti esterni: ciò contribuisce a erigere un muro di pregiudizio sulle sue effettive potenzialità

Le esperienze: c'è chi ha aggiornato il sito della propria banca chi ha creato un sito per la spesa online

che, sempre più spesso, sono offerte a costo zero o quasi. La comprensione dello strumento web, ben diverso dalla competenza tecnica in Information Technology, e in particolare la differenza tra uso

municazione della Banca anche attraverso i social media; Maura Ceschia, dell'azienda vinicola Colli di Poianis, non ha avuto paura di passare da dipendente pubblica a lavoratrice autonoma, unendo la lunga esperienza precedente nel settore turistico alla passione per il territorio e le sue peculiarità culturali ed enogastronomiche e alla conoscenza delle lingue straniere, dando il via a un progetto imprenditoriale che anche grazie al web ha trovato mercato fertile in Austria e Germania, Regno Unito e Stati Uniti d'America.

Carlo Daffara, uno dei massimi esperti Ict a livello europeo, fra i vari impegni lavorativi è anche membro italiano del Gruppo Europeo per il Software libero, ma ha pure scritto una guida per le Pmi interessate a utilizzare il software open source come parte del loro modello di business. Jasmine Longo, poi, studentessa di Relazioni pubbliche, gestisce il sito www.sempreintempo.eu, il primo supermercato interamente online del Fvg. Sempreintempo, consente di fare la spesa sul web e riceverla a casa o in particolari Punti di ritiro. E se Laomi Scarnivini, creatrice di gioielli, ha capito l'importanza del sito internet come vetrina di presentazione dell'idea dei suoi "prodotti", Tiziana Pittia, titolare dell'agenzia di pubblicità "Espressione" - Agenzia di pubblicità e vicepresidente dell'Associazione italiana pubblicitari, ha monitorato il cambiamento impresso dalla rete al mondo della comunicazione, in tutta la sua evoluzione. «Sul web - ha precisato - servono intraprendenza, conoscenza, trasparenza. Serve dunque anche un budget per garantire un lavoro serio e attento, perché se sui social ogni persona è un media, ma l'azienda, per comunicare correttamente il suo messaggio, ha bisogno di affidarsi a professionalità esperte e sempre aggiornate. Il rischio della reputazione online è troppo alto per improvvisarsi».

IN CIFRE

24 mila imprese attive

Sono poco più di 24 mila le imprese attive, cifra pressoché stabile. Aumenta leggermente in percentuale (24-25%) nel confronto con tutte le imprese del Fvg. Il picco è in provincia di Udine, dove le femminili sono il 25,4% del totale e Udine è anche il territorio con il 49,6% delle imprese femminili della regione». E se è femminile il 27% delle imprese del commercio, sono ancora più alte le percentuali sul totale delle imprese nell'agricoltura (33%), nei servizi di alloggio e ristorazione (dove è "rosa" oltre il 36% delle imprese), nella sanità e assistenza (40%) e nell'istruzione (30%). Per quasi il 72% si tratta di imprese individuali; seguono le società di persone (17,5%) e di capitale (10%).

Una ricerca Nielsen rimarca come il 50% delle donne sia presente su Facebook e il 28% addirittura sia blogger

(40%) e nell'istruzione (30%). Per quasi il 72% si tratta di imprese individuali (oltre 17.600 in regione), seguono le società di persone (circa 4 mila, il 17,5%) e di capitale (circa 2400 imprese attive, meno del 10%). «Si assiste però anche qui - ha detto Buttazzoni - a una diminuzione delle imprese individuali e a un rafforzamento delle società di capitali, segno che anche le femminili resistono alla crisi strutturandosi: tra 2008 e 2009 sono infatti calate del 2% le imprese individuali femminili, mentre quelle di capitali sono cresciute di ben il 16%. E il web? Le chance per le donne nel comparto continuano a crescere: le tecnologie offrono nuovi approcci alla creatività, ma anche opportunità di lavoro alternative e significative tanto più in tempi di crisi occupazio-

www.agriest.it

2013Udine Fiere,
24/27 gennaio
9.30 / 18.30Meccanizzazione
Macchine per bioenergie
Filiera produttiva
agroalimentare
Allevamento
Enologia

AgriestTech^{FOCUS}

**L'evento fieristico
focalizzato sulle macchine
e sulla produzione agricola**

A partire dalla sua 48esima edizione AGRIEST si specializza ulteriormente alternando, di anno in anno, una diversa tipologia di focus della manifestazione. Si inizia nel 2013 con AGRIEST TECH una fiera che vedrà prevalere l'attenzione sull'offerta nazionale e internazionale di macchine agricole, tecnologie per bioenergia, allevamento e enologia e, in generale, sull'insieme della filiera produttiva agroalimentare.



Una fiera di riferimento. Due eventi specializzati. Il futuro dell'agricoltura.

2014Udine Fiere,
23/26 gennaioGestione del territorio
Energie alternative
Caccia e pesca
Tutela dell'ambiente
Agriturismo
Parchi e foreste

AgriestLand^{FOCUS}

**L'evento fieristico con
focus dedicato alla gestione
del territorio e all'ambiente**

Nel 2014 sarà la volta di AGRIEST LAND, una fiera focalizzata sull'ambiente e sul territorio. L'evento, oltre a tutte le tradizionali aree tematiche di AGRIEST, ospiterà importanti sezioni dedicate alle energie alternative, alle potenzialità dell'agriturismo, alla tutela e gestione di parchi e foreste, alla caccia e alla pesca.



Di economia verde se ne parla sempre più in Friuli. Numerose le aziende che cercano di certificarsi

ATTUALITÀ

LE INTERVISTE AGLI IMPRENDITORI

Sempre più green

Sostenibilità e risparmio energetico sono un "must" per le imprese. Ma occhio alla burocrazia

Rosalba Tello

Di "economia verde" se ne parla sempre più frequentemente e con maggiore consapevolezza anche nella nostra regione, resa più sensibile rispetto all'impatto ambientale della produzione (dalle materie prime allo smaltimento) dallo stesso mercato, soprattutto quello estero. Lo dimostra la corsa alla certificazione FSC per la gestione forestale o la catena di custodia, uno strumento volontario per la responsabilizzazione e l'innovazione delle aziende che, anche in Italia, si sta dimostrando valido contro la crisi economica. In Italia oltre 1400 aziende dei settori legno-arredo e carta posseggono la certificazione di Catena di Custodia, dato che posiziona il nostro paese al 5° posto a livello mondiale e al 3° posto a livello europeo, con un incremento di circa 300 aziende nel 2011. E il Friuli Venezia Giulia fa la sua parte: il Distretto della Sedia, ad esempio, sta connotandosi sempre più "green", pronto a conquistare mercati internazionali puntando su qualità e sensibilità ambientale. E chi ha ottenuto la certificazione ha compreso immediatamente in cosa consiste il suo plus valore: riscontro immediato in termini di immagine e anche di ordini. "E' il nostro mercato di riferimento che ce lo chiede - afferma Beatrice Fasan della FEM Srl di Buttrio -, già 10 anni fa il nostro cliente anglosassone parlava di FSC. Noi abbiamo intrapreso il percorso quando i tempi erano maturi per i fornitori, poiché noi eravamo già sensibilizzati. Le aziende ora sono pronte ad adeguarsi perché è la legge del mercato a richiederlo e bisogna andare verso questa direzione. Questo al di



la dell'etica dell'imprenditore, che non sempre è immediatamente trasferibile nella propria realtà". Vocati per la produzione pura, molte aziende come la Fem hanno scoperto e ap-

Il caso: il fotovoltaico prima trainava il mercato. La modifica degli incentivi ne ha rallentato la corsa

prezzato la certificazione "green" grazie all'Asdi Sedia, che ha proposto un'inedita formula di aggregazione che abbatta costi e burocrazia, e al contempo crea sinergie tra imprese del settore, anche concorrenti. Stessa positiva esperienza per Milena Fabbro della Segheria Fabbro Srl di Pavia di Udi-

ne, che da oltre mezzo secolo opera nel settore del legno. La quasi totalità della materia prima di questa azienda proviene da foreste certificate PEFC, dove vige una gestione controllata delle risorse boschive. "Dopo aver conquistato la certificazione ci siamo posti dalla prospettiva del consumatore, così, guardandoci in giro abbiamo notato come la sensibilità per il green sia cresciuta: persino sullo scontrino di carta della spesa viene riportato che ha l'FSC". "Lo sforzo deve partire dalla stessa mentalità dell'imprenditore e poi va trasmessa a chi lavora con lui", aggiunge Livio Busana della Bbtec, azienda di Feletto Umberto specializzata nel settore degli impianti di spillatura e sempre più orientata verso il mondo delle "cassette dell'acqua" a cui presto si aggiungeranno i chioschi distributori di detersivo. "Sostenibilità, risparmio energetico, ecologia sono

concetti che vanno al di là del servizio offerto e dei prodotti; cambiare usi e abitudini è lo scoglio più grosso". L'ostacolo più grande allo sviluppo della green economy è invece, secondo Daniele Nonino della Nonino Impianti di Pradamano, la burocrazia. Il fotovoltaico poteva contare su incentivi che il governo centrale ha modificato nel nuovo Conto Energia. Conseguenze: persi 400 posti in Friuli nel settore delle energie rinnovabili, ridotti i fatturati, "nessuno investe più sul fotovoltaico, un danno enorme. La politica economica è sbagliata, aiuta le banche ma non le imprese". Si punta allora sul solare termico, ma il terreno qui è irto di altri ostacoli: "è complicato, c'è troppa burocrazia, sono quasi più alti i costi per fare carte che per la manodopera. Urge facilitare gli investimenti e consentire agli imprenditori di fare il proprio lavoro, non i burocrati".

Un distretto d'avanguardia

Nasce in Friuli Venezia Giulia il primo esempio di "Green District", il contenitore territoriale che raccoglie le realtà del Distretto della Sedia sensibili alla salvaguardia dell'ambiente, e propone progetti legati al mondo della green economy. L'iniziativa parte dall'Asdi Sedia ed è stata sposata da Confindustria di Udine; a Palazzo Torriani i rispettivi presidenti, Giusto Maurig e Adriano Luci, hanno firmato un protocollo d'intesa con l'obiettivo di diffondere e valorizzare le "best practice" ambientali nel settore legno-arredo, dando così visibilità ai progetti di green economy sviluppati dal comparto. Si tratta di un'importante novità che fa seguito al già grosso impegno dell'Asdi nel coordinamento dei progetti di certificazione multisito (FSC e Iso9001), grazie ai quali le aziende del comparto hanno dato vita a due filiere certificate (47 aziende, 740 addetti specializzati, oltre 110 milioni di euro di fatturato). "Un sincero apprezzamento va tributato all'Asdi Sedia - commenta Adriano Luci, presidente di Confindustria Udine - perché sta dando impulso alle attività del Distretto con una visione dinamica e moderna. Questa convenzione, peraltro, si muove nella direzione giusta in quanto il "green" sta ripagando gli sforzi compiuti da tanti imprenditori friulani". "Il successo della certificazione catena di custodia FSC - aggiunge il presidente di Asdi Sedia Giusto Maurig - conferma la sensibilità delle nostre aziende nel contribuire attivamente alla salvaguardia dell'ambiente, orientando la propria produzione ad una sua più attenta tutela. Un valore da preservare e valorizzare sia a livello locale che globale". E i frutti di questa attenzione si vedono anche negli ordini, che iniziano ad arrivare direttamente con richieste di prodotti certificati FSC. Con questo protocollo, della durata di un anno, Asdi Sedia e Confindustria si impegnano a diffondere una cultura produttiva maggiormente sostenibile, con particolare attenzione al comparto legno-arredo locale, a sviluppare nuove iniziative dedicate alla valorizzazione dell'ambiente e delle risorse naturali, a promuovere il progetto Green District partecipando a missioni nazionali e internazionali e, a livello locale, a diffonderlo alle aziende del Distretto e ai potenziali soggetti interessati ad entrare in contatto con le realtà produttive aderenti, infine a diffondere anche all'interno delle scuole e degli istituti formativi territoriali l'importanza di una produzione sostenibile e rispettosa dell'ambiente. Il portale è www.greendistrict.it.

IL MERCATO DEGLI IMMOBILI COMMERCIALI C'è una contrazione ma si affaccia un nuovo fenomeno

Tornano i negozi di quartiere

Il mercato immobiliare residenziale è in piena recessione, con conseguenze negative sul fronte circolazione di capitali liquidi e occupazione. Ma come sta quello legato agli immobili che nascono con destinazione area vendita o spazio produttivo? "Sul fronte commercio - spiega Danilo Iacono, delegato alle attività produttive della Fiaip Udine - stiamo assistendo a una situazione stagnante, soprattutto per quel che concerne le compravendite immobiliari. Diverse le cause, tra cui la mancanza di disponibilità a concedere denaro in prestito da parte degli istituti bancari. Anche queste ultime realtà, infatti, come quasi tutti i settori, sono in sofferenza, in particolare per i tanti mutui concessi prima della crisi. Ciò si ripercuote sulla possibilità di sostenere finanziariamente le attività commerciali che oggi arrancano parecchio per carenza reale di liquidità". Il risultato? La contrazione delle compravendite, unitamente alla manifestazione di un nuovo fenomeno, quello della contrattazione "ad hoc", caso per caso, della locazione immobiliare. Dello stesso avviso Lino Domini, presidente del gruppo Fimaa: "il mondo che ruota attorno all'affitto, non a caso, registra significativi aumenti dei contratti. Si continua a opera-



Alla contrazione delle compravendite fa da contraltare l'aumento della locazione

re ma limitando i rischi. I ribassi possono andare dai 200 euro fino ai 400 euro".

In ambito andamenti dei prezzi, difatti, per il settore commerciale si nota non solo una contrazione delle compravendite: "mediamente, possiamo

dire - osserva Domini - che il mercato specifico ha subito un meno 20% nel corso del 2012 rispetto a un anno fa". Il trend interessa tutta la provincia di Udine e, in generale, l'intero Friuli Venezia Giulia, allineandosi con quanto sta succedendo nel resto dell'Italia. "Siamo, insomma, decisamente in calo: gli effetti della crisi si riverberano in tutti i campi - fa notare Iacono -: la gente non spende per carenza di liquidità reale o per timore. E poi ci sono i costi di gestione". In questo quadro di incertezza si fa avanti un nuovo trend, quello del recupe-

ro degli immobili all'interno dei centri delle principali città del Fvg. Alcune aziende, infatti, ritengono che investire nel cuore di un centro urbano fortemente popolato possa portare a buoni risultati ed essere occasione di crescita.

Si tratta di poli urbanizzati di dimensioni medio grandi: guardando alla nostra regione, quindi, Udine, Trieste, Pordenone e Gorizia. Il fenomeno, messo in evidenza anche dai commercianti e dalle categorie di settore, è legato a un calo dell'interesse, nel corso del 2012 in particolare, da parte dell'utenza,

nell'orientare l'acquisto verso gli spazi del centro commerciale. "Ciò porta le attività di vendita ad avviare progetti di investimento per superfici di commercio al dettaglio che si estendono fino ai 700, 1000 metri quadri, nei centri delle città più grandi - riferisce Iacono -. Il fenomeno è partito alla chetichella nel 2011 e si è andato pian piano consolidando nel corso del 2012". Si punta in particolare sulla merceologia che manca, ad esempio il comparto food: nei centri, infatti, è evidente la carenza numerica dei negozi che vendono prodotti alimentari. "Nei cuori dei poli fortemente antropizzati spuntano pure esercizi commerciali legati ad accessori ed abbigliamento. Il caso di Udine è emblematico, anche alla luce del nuovo piano regolatore comunale, recentemente approvato: uno strumento che punta molto sulla vivibilità e sulla vivacizzazione della città". In ambito capannoni e immobili con destinazione artigianale e industriale la situazione è più complessa, con un blocco della compravendite e un forte abbattimento dei valori delle strutture. Pure in questo ambito si punta più alla locazione che ha fatto registrare un incremento notevole nel corso del 2012.

Paola Treppo

IN BREVE

FONDAZIONE CRUP
SUPPORTA LA CULTURA

Continuerà anche nel 2013 il sostegno, da parte della Fondazione Crup, delle attività promosse dal Teatro Verdi di Pordenone. Tra le iniziative spiccano in particolare i piani attivati per la stagione 2012/2013 "Opera Domani", "Opera Kids", "Orchestra in gioco" e "Giovani e musica" che offrono diversi momenti di accrescimento culturale. "La partecipazione della Fondazione Crup a progetti formativi rivolti a bambini e ragazzi conferma la sua attenzione e disponibilità verso i giovani e le realtà a essi vicine - dichiara il presidente di Fondazione Crup, Lionello D'Agostini -. Attraverso il sostegno sia a incontri consolidati, che si propongono di avvicinare i giovani al mondo della lirica e della danza, sia a progetti nuovi, rivolti ai bambini della scuola dell'infanzia, la Fondazione interviene concretamente per agevolare la diffusione della cultura della musica classica e della danza tra le giovani generazioni e le loro famiglie".



SORGENTE OLIGOMINERALE MONTE DAGN
ACQUA
PRADIS
ACQUA MINERALE NATURALE
PRODUCT OF ITALY

GIORGIO DI CENTA
Campione Olimpico
Sci di fondo

mi piace!

*Un augurio
di un frizzante 2013*

BENTORNATA PRADIS!
Acqua del Friuli Venezia Giulia.



www.pradis.com



Il Vostro successo è il nostro successo



- Bombole Argon, Ossigeno, Acetilene, Azoto, CO₂
- Gas tecnici
- Puri e Purissimi
- Gas refrigeranti
- Riparazioni
- Saldatrici e Apparecchiatura Ossigas
- Elettrodi e fili speciali
- Torce e ricambi MIG-MAG-TIG



OSSIGEN s.r.l.

UDINE - Via Cormor Basso, 130
Tel. 0432.530602 - Fax 0432.530324

L'INDAGINE

Export in calo

Le esportazioni in Friuli Venezia Giulia fanno segnare un -9,63% rispetto allo scorso anno

Tommaso Botto

Dopo il risultato negativo registrata l'anno passato, torna in positivo il saldo commerciale del sistema Italia, grazie ad una timida crescita delle esportazioni e ad una sensibile diminuzione delle importazioni.

Infatti, nel terzo trimestre 2012, rispetto al trimestre precedente, l'export italiano risulta in crescita, attestando la media nazionale dei primi nove mesi del 2012 (Bollettino Istat 11 Dicembre 2012) al +3,5% (per un valore complessivo, da Gennaio a Settembre, pari a 290 miliardi di euro): l'incremento più accentuato si registra nelle regioni del Centro (+6,2%), seguono il Nord Ovest (+3,2%), il Sud (+3,1%) mentre quello più contenuto viene rilevato nelle regioni nord-orientali (+1,1%).

Segni di poco positivi per l'export del Trentino Alto Adige (+0,77%), del Veneto (+1,47%). Poco più sopra della media nazionale l'Emilia Romagna (+3,58%).

FVG periodo riferimento: III trimestre

	VAR %	
	import	export
Europa	-3,59%	-6,07%
Unione Europea 27	-4,42%	-3,37%
Africa	-32,27%	-14,71%
America	18,11%	-13,54%
America Settentrionale	10,21%	6,54%
America Centro Meridionale	27,73%	-41,65%
Asia	-7,83%	-20,10%
Oceania e altri territori	-59,56%	-3,25%
Mondo	-4,01%	-9,63

L'export della macroregione è stimato, per il 2012, in 89 miliardi di euro (+1,08% rispetto al 2011). Con segni ne-

gativi troviamo quattro province (su 22): Bolzano (-1,11%), Treviso (-7,48%), Udine (-6,61%) e Trieste (-35,21%).

Risultato pesantemente negativo per l'export del Friuli Venezia Giulia (-9,63%) che vede scendere il valore complessi-

Segni positivi solo per alimentari, metallurgia e ICT

vo delle merci esportate da 9,6 miliardi di euro del 2011 agli 8,7 miliardi di euro stimati per l'anno che si sta concludendo.

Un calo delle esportazioni del Friuli Venezia Giulia in tutti i mercati di sbocco mondiali: -6,07% vero i Paesi UE (-3,37% UE 27), Africa -14,71%, America (-13,54%, di cui America Meridionale -41,65% e -unico dato positivo- America Settentrionale +6,54), Asia -20,10%, Oceania -3,25%.

Il valore globale dell'export regionale è stimato in 8,6 miliardi di euro per il 2012 (contro i 9,6 miliardi del 2011) a fronte di una drastica riduzione del valore dell'import (dai 6,5 miliardi di euro del 2011 ai 2,6 miliardi del 2012).

I settori che hanno segnato il passo sono: macchinari -27%, estrazione minerali e ca-

ve -19%, chimica -6,6%, apparecchiature elettriche -12%, mezzi di trasporto -12%, prodotti da attività artistiche, sportive e di intrattenimento -25%.

Segni positivi, invece, per l'export dei seguenti settori: alimentari +7%, farmaceutici +30%, metalli +11%, informazione e comunicazione +27%, attività professionali e tecnico scientifiche +215%, trattamento rifiuti +14%, apparecchi elettronici +10%.

L'export udinese chiude l'anno in negativo: -6,61% rispetto al 2011: le esportazioni sono infatti diminuite verso il mercato europeo (-6,8% Ue, -2,9% UE27), l'Africa (-24%), l'Asia (-20%) e l'Oceania (-7%).

Ottimi riscontri invece per l'export friulano destinato al continente americano: +36% (+20% verso l'America Settentrionale e +56% verso l'America Centrale e Meridionale).

Le esportazioni dalla provincia di Udine, nel 2012, sono stimate in un valore pari a 3,7 miliardi di euro (contro i quattro miliardi del 2011).

NEL RESTO D'ITALIA

Valori positivi

Trainano le isole

Nella media dei primi nove mesi del 2012 la dinamica tendenziale delle vendite di beni sui mercati esteri è positiva in Italia, anche se in progressiva decelerazione nel corso dell'anno. Le regioni insulari (+17,1%) e del Centro (+6,6%) presentano una crescita superiore alla media nazionale, mentre l'Italia meridionale è pressoché stazionaria (+0,1%). Le regioni che contribuiscono maggiormente alla crescita dell'export nazionale nei primi nove mesi del 2012 sono Lombardia (+3,7%), Toscana (+8,6%), Sicilia (+16,8%) ed Emilia-Romagna (+3,6%).

Aumenti inferiori alla media nazionale si registrano, invece, per Piemonte (+3,4%), Veneto (+1,5%), provincia di Trento (+2,9%), Liguria (+1,0%) e Campania (+0,6%). Positivi gli indici tendenziali dell'export anche per Puglia (+8,3%), Lazio (+3,8%), Marche (+4,8%) e Umbria (+8,4%). Risultati negativi, invece, per Basilicata (-24,5%), Valle d'Aosta (-10,6%), Friuli-Venezia Giulia (-9,6%) e Molise (-9,0%).

Le province che hanno

contribuito maggiormente alla crescita dell'export nazionale nei primi nove mesi del 2012, (realizzando il 70% della crescita complessiva), sono Arezzo (+28,4%), Siracusa (+20,3%), Milano (+3,5%), Cagliari (+20,0%), Bergamo (+5,8%), Piacenza (+25,2%), Firenze (+7,5%),

Le regioni insulari (+17,1%) e del Centro (+6,6%) presentano una crescita superiore alla media nazionale

Monza e Brianza (+7,0%), Taranto (+23,9%) e Varese (+5,7%). Altre province con risultati positivi nelle esportazioni sono Torino (+2,8%), Alessandria (+10,0%), Verona (+4,6%), Vicenza (+2,7%) e Pavia (+10,3%). Quelle altrettanto dinamiche, ma con un minor contributo al volume generale, sono Massa Carrara (+28,7%), Catania (+39,7%), Lodi (+15,8%), Terni (+17,0%)

e Livorno (+10,9%). In forte flessione e con un significativo impatto negativo sulla crescita, Trieste (-35,2%), Potenza (-29,5%) e Lucca (-9,2%). **I settori dell'export.** Si registrano incrementi significativi delle vendite all'estero di coke e prodotti petroliferi raffinati dalla Sicilia (+20,7%), di metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti, dalla Toscana e dalla Lombardia (rispettivamente +27,0% e +4,1%), di articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici dal Lazio (+28,2%), di macchinari e apparecchi dalla Lombardia e dal Piemonte (rispettivamente +5,2% e +10,9%) e di autoveicoli dall'Emilia-Romagna (+28,6%). Marcate riduzioni delle vendite all'estero si registrano per mezzi di trasporto (autoveicoli esclusi) da Friuli-Venezia Giulia e Toscana (rispettivamente -43,7% e -21,2%), macchinari e apparecchi dal Friuli-Venezia Giulia (-16,3%), apparecchi elettrici dalla Lombardia (-6,3%), autoveicoli dalla Basilicata e dal Lazio (rispettivamente -39,3% e -24,7%).

I PAESI DI SBOCCO

Ci salvano gli Usa

Il Lazio, con un +6,2% delle vendite verso i paesi Ue, è la regione che fornisce il maggiore contributo alla crescita delle esportazioni nazionali verso quest'area (+0,3 punti percentuali). Aumenti delle vendite sui mercati Ue si registrano anche per Sicilia (+9,8%) e Puglia (+4,8%). In forte flessione, invece, nelle esportazioni vero i paesi Ue, Sardegna

Le esportazioni udinesi sono diminuite verso il mercato europeo, l'Africa, l'Asia e l'Oceania

(-14,5%), Basilicata (-30,5%), Valle d'Aosta (-14,6%) e Molise (-14,0%).

Sui mercati extra Ue, le regioni con sensibili incrementi tendenziali nei primi nove mesi del 2012 sono (in ordine di contributo alla crescita delle esportazioni nazionali verso quest'area): Lombardia (+10,2%), Toscana (+14,7%), Piemonte (+10,6%), Sicilia

(21,3%) ed Emilia-Romagna (+6,6%). Nei primi nove mesi del 2012 i principali contributi alla crescita delle esportazioni nazionali sono dovuti alle vendite della Lombardia in Svizzera e Stati Uniti, con incrementi tendenziali ampiamente superiori alla media nazionale (pari, rispettivamente, a +18,6% e +20,0%).

Risultano in forte crescita anche le vendite verso i Paesi OPEC della Sardegna (+198,7%) e della Lombardia (+14,7%) e della Sicilia (+148,0%) e dell'Emilia Romagna (+23,4%) verso gli Stati Uniti.

In forte calo risultano, invece, le vendite del Veneto verso la Cina (-29,0%), della Sardegna e della Sicilia verso la Spagna (rispettivamente -19,4% e -34,5%), della Campania verso la Svizzera (-26,8%) e del Friuli-Venezia Giulia verso la Francia (-19,8%). Le esportazioni udinesi sono invece diminuite verso il mercato europeo (-6,8% Ue, -2,9% UE27), l'Africa (-24%), l'Asia (-20%) e l'Oceania (-7%). Ottimi riscontri verso il continente americano: +36% (+20% verso l'Ameri-

ca Settentrionale e +56% verso l'America Centrale e Meridionale). Infine il dato regionale: calo delle esportazioni del Friuli Venezia Giulia in tutti i mercati di sbocco mondiali:

Ottimi i riscontri verso il continente americano: +36% (+20% verso l'America Settentrionale e +56% verso l'America Centrale e Meridionale)

-6,07% vero i Paesi UE (-3,37% UE 27), Africa -14,71%, America (-13,54%, di cui America Meridionale -41,65% e -unico dato positivo- America Settentrionale +6,54), Asia -20,10%, Oceania -3,25%.

I settori che hanno segnato il passo sono: macchinari -27%, estrazione minerali e cave -19%, chimica -6,6%, apparecchiature elettriche -12%, mezzi di trasporto -12%, prodotti da attività artistiche, sportive e di intrattenimento -25%.

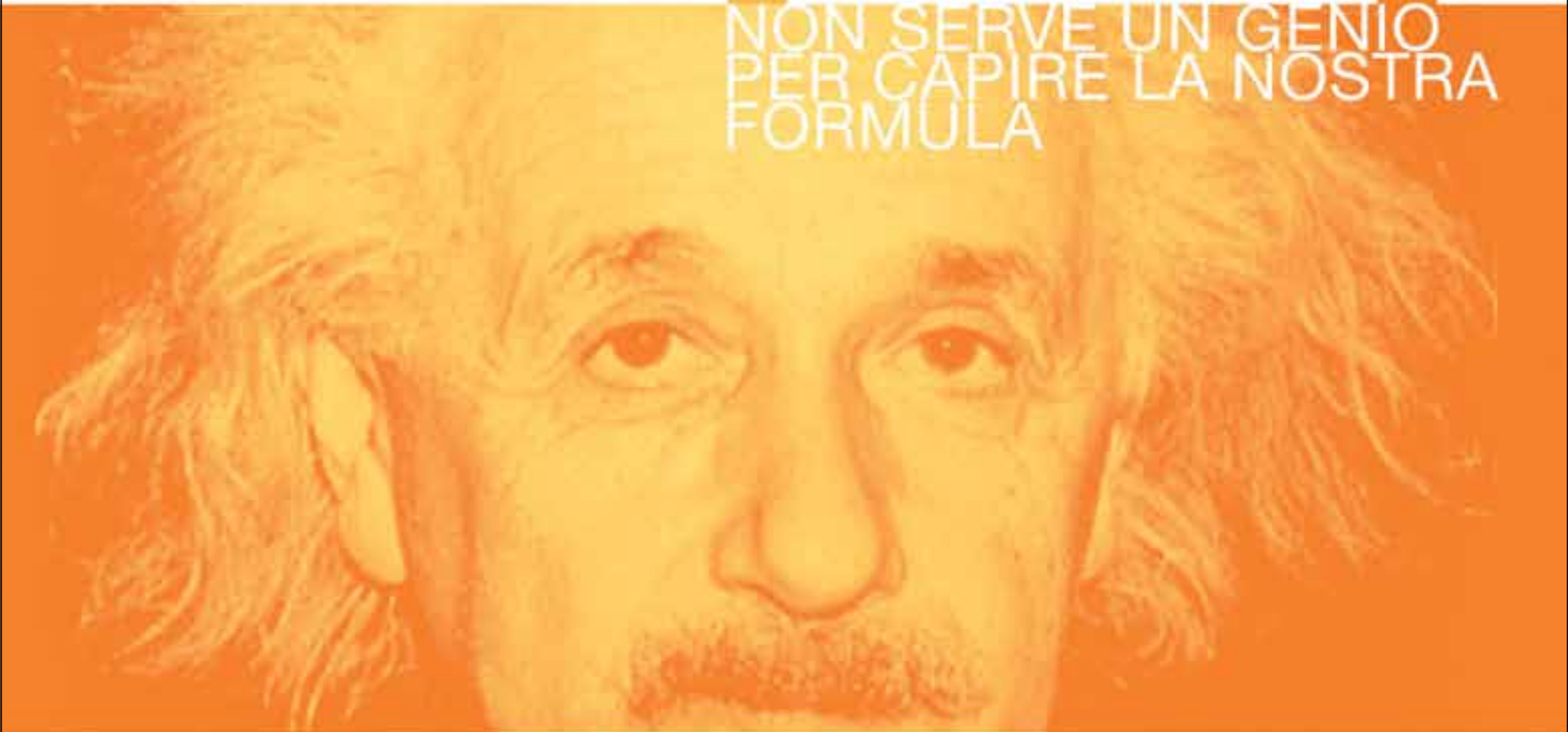
Prospetto 1. Esportazioni per ripartizione territoriale Gennaio-settembre 2012, variazioni percentuali e valori

DATI GREZZI		
RIPARTIZIONI TERRITORIALI	MILIONI DI EURO gen.-set. 2012	VARIAZIONI % gen.-set. 2012 gen.-set. 2011
Italia nord-occidentale	115.389	3,4
Italia nord-orientale	89.023	1,1
Italia centrale	47.634	6,6
Italia meridionale	20.235	0,1
Italia insulare	14.259	17,1
Province non specificate	3.344	
Italia	289.884	3,5



f = S + !

NON SERVE UN GENIO
PER CAPIRE LA NOSTRA
FORMULA



IL FUTURO È SAPERNE DI PIÙ!

LA CONOSCENZA È ALLA BASE DI OGNI PROFESSIONALITÀ.
PER QUESTO FINANZIAMO LA FORMAZIONE CONTINUA PER I
LAVORATORI DELL'ARTIGIANATO E DELLA PICCOLA IMPRESA.

 **FONDartIGIANATO**
www.fondartigianato.it

Articolazione Regionale Friuli Venezia Giulia
Largo dei Cappuccini 1/c - 33100 Udine
Tel. 0432 299938 – fax 0432 299954
e-mail: fondartigianato@ebiart.it

BUONE FESTE



L'innovazione motore del rilancio economico. I maggiori attori si sono riuniti a Udine ad un unico tavolo

ATTUALITÀ

L'EVENTO

Il Friuli riparte

L'opportunità arriva dal decreto Crescitalia 2.0 che introduce l'albo degli incubatori d'impresa

Giada Marangone

Runire attorno ad un unico tavolo di confronto i protagonisti dell'industria e della ricerca in Friuli in una qualificata discussione sulle opportunità contenute nel decreto Crescitalia 2.0 per la crescita e il rilancio dell'economia del territorio friulano: è stato questo l'obiettivo di 12.12.12 Restart Friuli.

La tavola rotonda. Ad aprire i lavori Sergio Cecotti, Presidente di Friuli Innovazione - centro di ricerca e trasferimento tecnologico del Friuli -, che ha parlato della necessità di un cambio culturale e in Crescitalia 2.0 l'opportunità di avviare questo processo di crescita.

"Il decreto Crescitalia 2.0 - ha affermato Cecotti - apre la strada a nuove regole per le aziende start up e introduce, per la prima volta, l'albo degli incubatori d'impresa (tenuto dalle Camere di Commercio a livello provinciale). Per rilanciare l'economia friulana - ha continuato Cecotti - è importante creare nuove imprese con in-



degli incubatori, imprese. Crescitalia ha un vantaggio, porta per la prima volta identità alla filiera dell'innovazione".

Giovanni Da Pozzo, Presidente della Cciao di Udine, ha evidenziato come: "La Cciao di Udine è stata ed è fondamentale per l'innovazione in FVG, con agevolazioni, strumenti di equity e funding. Nel 2012 la Cciao ha messo a disposizione per la neo-imprenditoria giovanile 2 milioni di Euro. Udine è stata la capitale dell'innovazione con la fiera Innovation. Fermare il percorso di Innovation è stato un errore; dal 2013, nonostante il perdurare della crisi, probabilmente ripartirà per guardare al futuro".

Lionello D'Agostini, Presidente della Fondazione Crup, ha sottolineato come: "Il nostro impegno è investire sui giovani (intesi come ricerca e innovazione), il nostro futuro. Le start up sono importanti per promuovere l'occupazione giovanile. Non vogliamo sostituirci alle istituzioni, ma siamo sussidia-

ri per supportare le start up".

Il referente per l'innovazione di Confindustria Udine Matteo Tonon ha affermato che: "Per la crescita è importante andare a stimolare contatti tra gli attori del sistema. In Crescitalia 2.0 viene riconosciuto per la prima volta valore start up per

Il paradosso: Friuli innovazione non è finanziata ma è un'eccellenza. Tre dei progetti si sono qualificati come Top 3 di Progetti in Europa

la creazione di nuove imprese. C'è bisogno - ha concluso Tonon - di una maggiore apertura delle aziende per lavorare in rete. Certamente un ruolo fondamentale per l'innovazione sarà quello delle istituzioni".

A conclusione degli interventi ha preso la parola Gianpietro Benedetti, AD della Danieli & C. Officine Meccaniche SpA.: "Per la crescita delle nostre aziende rivestono un ruolo fondamentale la ricerca e l'innovazione. È inoltre importante consolidare la comunicazione tra chi fa ricerca e chi fa impresa. La Danieli ha in progetto a Buttrio un nuovo centro di ricerca per dare motivazioni e slancio all'imprenditoria e sviluppare nuovi strumenti a supporto delle aziende. Per la buona riuscita del progetto sarà centrale la collaborazione tra l'Ateneo friulano e gli altri Centri ricerca del territorio".

Evento digitale. Condivisione e interazione. Sono state queste le parole d'ordine attorno alle quali è ruotato il Convegno "12.12.12 Restart Friuli". Sono state oltre 200 le persone che hanno seguito in streaming la diretta dell'evento. Ma non solo. L'Università degli Studi di Udine, nelle sedi di viale Ungheria, Via Toma-

dini e ai Rizzi ha allestito dei punti di ascolto, per un totale di 530 posti a sedere, per far partecipare all'evento i giovani universitari: anche l'Agemont di Amaro ha attivato un punto d'ascolto per seguire al meglio la diretta.

Mediante l'hashtag #RE121212 è stato possibile interagire e seguire tramite Twitter l'intero evento.

Un appuntamento quello di 12.12.12 Restart Friuli che non si è esaurito nella serata ma che continua per 100 giorni sui social media. Sarà infatti possibile tramite Facebook, Twitter, LinkedIn o mediante un'email all'indirizzo re121212@friulinnovazione.it inviare proposte per fornire un contributo concreto e idee sulle cose "da farsi" in Friuli. Queste saranno poi raccolte in un compendio e portate all'attenzione della nuova governance territoriale a primavera 2013.

Datamind vince il premio BeStartup.

Al suo esordio, il premio BeStartup che individua fra le imprese nate dall'incubatore Techno Seed di Friuli Innovazione e che hanno terminato il percorso di incubazione da almeno 3 anni, quella che ha avuto i migliori esiti sul mercato, decreta Datamind azienda vincitrice.

A premiare Datamind il rettore dell'Università degli Studi di Udine Cristina Compagno con parole di stima per l'ottimo risultato raggiunto: "La vostra impresa ha saputo valorizzare al meglio l'esperienza e il percorso fatti all'interno di Techno Seed, facendo leva sul potenziale innovativo e sull'elevato capitale umano. È riuscita altresì a sviluppare soluzioni flessibili e solide collaborazioni, con interessanti opportunità di crescita a livello nazionale ed in-



La consegna del premio BeStartup a Datamind

Sarà possibile tramite i social media inviare proposte per fornire un contributo concreto e idee sulle cose "da farsi" in Friuli

ternazionale". L'azienda godrà di una consulenza specialistica del valore di 3.500 Euro volta a sviluppare ulteriormente l'azienda.

Datamind, nata nel 2006, utilizza esperienze di ricerca ed expertise tecnologico per studiare, progettare ed implementare algoritmi innovativi e soluzioni flessibili per l'analisi e l'esplorazione visuale di dati e per l'estrazione di conoscenza, sia in ambito scientifico che industriale. Attualmente Datamind è principalmente attiva in tre ambiti: l'elaborazione di immagini, specie in campo medico e industriale; lo sviluppo di interfacce grafiche avanzate, anche a integrazione touch screen; la programmazione di applicazioni per dispositivi mobili con sfruttamento dati Gps.



incubatori capillari sul territorio. Il sistema dell'innovazione in Friuli Venezia Giulia è tra i migliori ma non è visto come determinante. Non si può fare innovazione senza infrastrutture adeguate e con una scarsità di risorse per investire sulla ricerca e sull'innovazione. Noi di Friuli Innovazione non siamo finanziati, tranne per l'infrastruttura che è stata pagata per il 70% dalla Regione e dal 30% da soci. Nel 2011 tre nostri progetti si sono qualificati come Top 3 di Progetti in Europa. La nostra missione - ha concluso il Presidente - è quella di far nascere e crescere imprese che non siano poche eccellenze isolate o esperimenti; ci serve cioè un sistema di sviluppo integrato dove l'innovazione rivesta un ruolo strategico per la crescita".

Moderatore dell'evento il direttore del Messaggero Veneto Omar Monastier che ha passato la parola ad Andrea Di Camillo, consulente del ministro Corrado Passera per le strategie dell'innovazione. Di Camillo sul decreto Crescitalia 2.0 ha sintetizzato che, anche in vista di un nuovo Governo, saranno mantenute qualitativamente le task force fatte ma verranno quantitativamente modificate.

Di Camillo ha continuato dicendo che "Internet ha cambiato il modo di fare impresa. Oggi non esiste un'azienda con situazione stabile. L'importante è ora creare in Italia la cultura di start up per la crescita del Paese".

Dello stesso parere il magnifico rettore dell'Università degli Studi di Udine Cristina Compagno secondo cui: "L'innovazione in Friuli Venezia Giulia è frutto anche dell'Università. In Regione abbiamo moltissimi talenti, competenze, know how. Per la crescita quattro sono gli elementi fondamentali: policy, sistema di ricerca, sistema

IL PARCO TECNOLOGICO

Nuovi spazi nel 2013

Dove le idee diventano nuovi prodotti

Nato nel 1999 per favorire la collaborazione tra l'Università degli Studi Udine e il sistema economico friulano, Friuli Innovazione è il centro di ricerca e trasferimento tecnologico del Friuli, ubicato nella zona industriale udinese (Ziu).

Nel 2004 la Regione Friuli Venezia Giulia ha affidato a Friuli Innovazione il compito di avviare e gestire il proget-

Ulteriori 3700 metri quadri saranno a disposizione delle aziende

to del Parco Scientifico e Tecnologico Luigi Danieli di Udine, spazio dove valorizzare la ricerca e il trasferimento tecnologico, all'interno del quale si insediano rapidamente laboratori di R&D di aziende locali, laboratori misti università-impresa, spin off della ricerca, centri di certificazione e servizio. Il Parco Scientifico e Tecnologico Luigi Danieli copre una superficie di 80 mila metri quadrati. Ai 2600 metri quadrati di uffici e laboratori esistenti si sono recente-



mente aggiunti (21 dicembre 2012 chiusura lavori) ulteriori 3700 metri quadrati che saranno a disposizione a partire dal 2013. Attualmente il Parco ospita 22 realtà, di cui 12 imprese, 5 laboratori di ricerca e 1 start up incubata.

Fabio Feruglio, direttore di Friuli Innovazione:

"Nel 2012, siamo sopravvissuti e di questi tempi non è poco. Nel 2012 ci siamo anche rinforzati, collaborazioni nazionali e internazionali, pro-

getti, iniziative, eventi e abbiamo imparato a fare cose che nel 2011 non facevamo, e imparato a fare meglio quelle che già facevamo nel 2011: mettere insieme la ricerca con l'impresa (soprattutto quella piccola e media), aiutare idee a diventare imprese e le nuove imprese a svilupparsi, cercare finanziamenti per Friuli Innovazione, per le imprese e per i ricercatori che stanno sviluppando qualcosa di nuovo. Nel 2012 abbiamo ampliato

il nostro Parco e costruito nuovi edifici per imprese e ricercatori con una visione di futuro: non sono semplici edifici sono luoghi per produrre idee, ricerca, innovazione, nuovi prodotti: tutto ciò che in generale manca (nella sostanza non nelle parole) di questi tempi.

Nel 2013, noi di Friuli Innovazione, ci metteremo ancora più entusiasmo, passione e convinzione e cosa faremo?

Attualmente il Parco ospita 22 realtà di cui 12 imprese, 5 laboratori e una start up incubata

"Quello che facciamo tutti i giorni: tentare di conquistare il mondo! (cit.)"

Dal 2005 ad oggi l'incubatore Techno Seed ha esaminato più di 300 idee d'impresa e sviluppato 85 business plan, formato 1600 persone e erogato 1000 ore di consulenza.

Tutti questi servizi - ha affermato Fabio Feruglio, direttore di Friuli Innovazione, - vengono erogati gratuitamente poiché le risorse provengono da finanziamenti competitivi acquisiti dal Friuli Innovazione

mediante la partecipazione a bandi FSE, nazionali e regionali".

Friuli Innovazione partecipa inoltre allo sviluppo di laboratori e centri di ricerca scientifica di eccellenza come l'Istituto di Genomica Applicata (IGA) e il Laboratorio di Metallurgia e Tecnologia delle Superfici e dei Materiali Avanzati.

Il Laboratorio di Metallurgia e Tecnologia delle Superfici e dei Materiali Avanzati, che nel 2013 si trasferirà nei nuovi edifici del Parco, ampliandosi e occupando una superficie di circa 600 mq, svolge indagini chimiche e microstrutturali, anche a definizione nanometrica e prove di resistenza meccanica e chimica complesse su componenti. L'attuale staff di ricerca del laboratorio è composto da un responsabile scientifico, 7 ricercatori e un tecnico. Per il 2013 il Laboratorio avrà a disposizione un budget di 700.000 Euro, per l'acquisto di nuove strumentazioni e attrezzature, che si aggungeranno all'attuale dotazione del valore di circa 1 milione di Euro.

Dal 2006 un centinaio di aziende sono entrate in contatto con il laboratorio, 30 sono state le realtà che hanno collaborato con circa 60 commesse di ricerca e analisi.

La crisi mette in luce diverse opportunità.
Le banche puntano sulla raccolta a breve termine.
Il caso di Mediocredito

ATTUALITÀ

L'INTERVISTA

Risparmiare si può

L'esempio di ContoForte: zero sportelli, tutto online e la formula è veramente easy

Oscar Puntel

Con le crisi che si sono susseguite dal 2008 in poi, la raccolta è tornata a diventare un'attività importante per l'intero sistema bancario. Si è riaffacciata in maniera feroce. "E noi che in effetti l'abbiamo sempre fatta all'ingrosso, come tutti gli istituti di medio-lungo termine, ci siamo resi conto che questa strategia non è perseguibile da sola". Giovanni Battista Ravidà, presidente di Mediocredito Fvg, spiega così perché, a un certo punto della sua storia, l'istituto di via Aquileia abbia deciso di puntare su un conto deposito online. "E in ogni caso, - aggiunge - la raccolta a breve termine diventa strategica anche per "matchare" opportunità di margine finanziario". Si chiama ContoForte, è un prodotto che ha cominciato a girare nel 2011, dopo che per un anno si è predisposta la piattaforma e definita l'organizzazione. Formula "easy": al sito smanettano anche insospettabili attempati. Tassi di interesse, interessanti.

Presidente, con ContoForte dove volete arrivare?

"È un progetto ambizioso ma non abbiamo nessuna velleità di diventare "player" nel settore. Piuttosto pensiamo ci possano essere degli sviluppi interessanti, per cogliere le opportunità che vengono dal mercato. Ecco: abbiamo cominciato in molto cauto e soft".

Come lo potremmo definire?

"È un conto di deposito: un conto sul quale la clientela versa delle somme, che sono remunerate in maniera superiore rispetto a un tradizionale conto corrente e dove le somme possono essere anche vincolate temporalmente, per una determinata durata, aumentando



così il rendimento".

Che cosa lo differenzia da altri conti deposito, la cui bombardante pubblicità circonda la vita di noi piccoli risparmiatori?

"Si inserisce in quel filone. E anche se non emerge per particolari servizi o peculiarità. Per il momento offriamo una versione molto "basic", ma a noi interessa il rapporto di fiducia con il cliente, che decide di mettere qui i suoi risparmi perché crede che sia una banca sana, solida e che li impiega con criterio e che dia le garanzie per riavere indietro il fondo obbligato".

Come funziona?

"La sua peculiarità sta nell'essere totalmente online ed accessibile h24, in tutte le fasi e fin dall'accensione del conto. Zero sportelli. Basta digitare il sito: contoforte.it, autonomo rispetto a quello della banca e questa è un'altra caratteristica che ci ha fatto apprezzare. Ogni volta che si vuole vedere il saldo, si entra invece in un'area riservata, dove si può operare in modo semplice e intuitivo: o prelevare le somme disponibili o vincolarle".

Il cliente deve avere per forza un conto corrente in Mediobanca Fvg?

"Il conto di deposito si appoggia a uno o più conti correnti che si dicono "predefiniti": questi possono essere anche in altre banche e servono per la movimentazione da e verso ContoForte. Per essere an-

Gli ultimi dati aggiornati parlano di oltre 110 milioni di euro in giacenza con 2500 conti accesi

cora più chiari: dal suo conto corrente il cliente procede con un bonifico e alimenta il suo ContoForte; così come se deve prelevare da ContoForte può effettuare un bonifico per l'accreditamento presso la propria banca".

Che vincoli temporali ci sono?

"Ne abbiamo diversi, ma c'è anche la giacenza libera; in quest'ultimo caso, il tasso è

più basso ma posso prelevarli quando voglio. I vincoli invece sono: 3 mesi, 6 mesi, un anno, 18 mesi e 2 anni, per deposito minimo di 2000 euro e massimo di 500mila euro. Il tasso di interesse aumenta, all'aumentare della durata del vincolo, sul quale riconosciamo interessi anticipati al momento dell'apertura del conto".

A chi è rivolto?

"Il prodotto è destinato a persone fisiche, residenti in Italia".

Dopo due anni, come sta andando?

"Molto bene. Gli ultimi dati aggiornati parlano di oltre 110 milioni di euro in giacenza con 2500 conti accesi. Il taglio medio si attesta su circa 30mila euro a conto. Un altro dato significativo è che l'84% dei nostri clienti non risiede in questa regione. Quando il prodotto è in rete si rivolge a tutti gli italiani. Va anche detto che fin dal lancio, non è mai stato supportato da campagne pubblicitarie. Abbiamo puntato solo sull'attività in rete, per la ricerca ottimizzata sui motori di ricerca".

E dai dati di traffico che cosa emerge?

"Sulla rete non è che venia-

L'istituto bancario è a fianco delle aziende e valuta collaborazioni in tal senso con altri istituti bancari

mo ricercati semplicemente come "conto deposito" e poi arrivano a noi. No: ci cercano proprio per nome. Questo ci fa pensare che il passaparola abbia una sua funzione. Il cliente apre un conto e poi lo suggerisce ad altri amici".

Fin qui le persone fisiche, ma le aziende? Sullo scorso numero del nostro giornale, lei ha detto: "Intendiamo operare in Friuli VG e assistere le medie, piccole, piccolissime imprese".

"L'attività del Mediocredito è individuare quelle aziende in quei settori nei quali c'è la possibilità di intervenire, potendo però contare su una loro oggettiva possibilità di stare sul mercato. Ci impegniamo "proattivamente" sul territorio. Il nostro ruolo va interpretato in questo modo, ma non possiamo prescindere da una valutazione di oggettive situazioni e prospettive positive quando andiamo ad allocare il nostro denaro".

E la scelta delle piccole, piccolissime imprese?

"Siamo onesti: procedere con operazioni di piccolissimo importo diventava antieconomico per una struttura come la nostra. Alla fine della fiera per una banca conta sempre la differenza fra ricavi e costi. Se io opero con una contropartita più grossa, avrò sicuramente una massa di interessi maggiore che mi copre i costi dell'operazione e del persona-



Giovanni Battista Ravidà

le che dedico per effettuarla; se l'operazione è di ridotte dimensioni, il costo non viene assorbito dal margine che è tutto di natura finanziaria".

Come farete?

"Vorremmo risolvere questa tematica dimensionale, anche attraverso un meccanismo di collaborazione con quelle banche più radicate nel territorio, con cui potremmo dividerci un pochetto i compiti".

In che senso?

"Se collaboriamo con banche locali, e parlo di Bcc piuttosto che di popolari, per intervenire su operazioni di finanziamento e cofinanziamento su un grosso numero di contropartite e creiamo degli strumenti di medio lungo termine, facciamo un'attività di ingrosso che però viene calata sul dettaglio delle piccole contropartite, che ci vengono proposte da questi partner. In pratica: non possiamo andare a trovare ogni singola persona per prospettarle un'operazione, ma se troviamo 30 - 40 operazioni in un gruppo solo, grazie alla collaborazione di chi sta a contatto con queste aziende, il discorso per noi diventa più fattibile".

CONFIDI FRIULI

Bando prorogato fino al 30 giugno 2013

Controgaranzie per i giovani

C'è la proroga, fino al 30 giugno 2013, del bando Confidi Friuli-Camera di commercio a supporto della nuova imprenditoria giovanile. «Si tratta di un'iniziativa di grande incisività in un momento di crisi - sottolinea il presidente di Confidi Friuli Michele Bortolussi -, una risposta coraggiosa alle esigenze di un settore su cui si costruisce il futuro dell'economia friulana. La nostra cooperativa fornirà il consueto servizio di massima professionalità».

«E' dal 2008 che supportiamo le nuove imprese giovanili, oltre a quelle femminili - ricorda il presidente camerale

Giovanni Da Pozzo -. La nuova iniziativa, con un plafond di 600mila euro, prevede la concessione di controgaranzie a favore dell'imprenditoria giovanile, dove per "giovanile" si intende iscritta al Registro imprese da giovani che al momento dell'iscrizione avessero dai 18 fino ai 30 anni».

Il bando, disponibile con tutte le indicazioni sul sito www.ud.camcom.it, vuole andare ad agevolare proprio quell'accesso al credito che per le aziende in questi ultimi anni si è fatto sempre più difficoltoso. Sono ammessi a finanziamento e, dunque, a garanzia e controgaranzia, vari tipi di spese, dall'acquisto di impianti, macchinari o attrezzature, alle spese notarili o per l'acquisto di software e altro ancora. Le domande di controgaranzia, che vanno redatte utilizzando il fac-simile disponibile anch'esso sul sito camerale, vanno consegnate all'Ufficio contributi della Cciaa (3° piano). Le controgaranzie saranno valutate e concesse secondo l'ordine cronologico di presentazione. Dopo l'istruttoria, la Camera di commercio provvederà a effettuare la prenotazione del fondo vincolato, in base all'importo del finanziamento che l'impresa intende ottenere e della conseguente controgaranzia, come indicato in domanda. Per infor-

mazioni è sempre disponibile il Punto Nuova Impresa della Cciaa: Telefono 0432.273539, Fax 0432.509469, mail nuovaimpresa@ud.camcom.it.

Ed è stato prorogato anche l'altro bando a favore dell'imprenditoria giovanile

«Abbiamo preso questa decisione - ha spiegato il presidente Giovanni Da Pozzo - per

La nuova iniziativa ha un plafond di 600 mila euro e riguarda gli under 30

promuovere ancora questi strumenti e permettere a tanti altri giovani di poter aderire. Questo, assieme a nuove iniziative per l'imprenditoria giovanile che metteremo in campo il prossimo anno».

A metà novembre erano già arrivate a una cinquantina le domande a valere sul bando che mette a disposizione un plafond di 1 milione euro per abbattere le spese per l'avvio dell'attività imprenditoriale. Molte delle domande sono ora in fase di concessione - i fondi possono essere concessi per un massimo del 70% della spesa ammissibile, fino a 10 mila euro ciascuna

-, mentre procede l'istruttoria delle nuove arrivate «Puntiamo - continua Da Pozzo - a dare un aiuto concreto ai giovani e far fronte a una vera emergenza, cioè l'occupazione e l'imprenditorialità dei giovani, in Italia e pure in Fvg a livelli preoccupanti. Un aiuto aggiuntivo che vogliamo mantenere anche in futuro, perché, come abbiamo ripetuto anche alle recenti Premiazioni del Lavoro e del Progresso economico, il tema dei giovani va posto doverosamente e concretamente al centro delle agende di enti economici e delle istituzioni, per un reale investimento sul futuro della nostra regione e del nostro Paese».

Il cosiddetto "pacchetto-giovani" varato quest'estate dalla giunta camerale va dunque a rinforzare e arricchire quanto la Cciaa si sta impegnando a fare soprattutto negli ultimi anni. Nel 2008, infatti, la Camera di commercio udinese ha voluto dare avvio a un primo intervento, per l'imprenditoria femminile e giovanile: un bando che si è ripetuto, aggiornato di anno in anno, fino al 2011 e che in quei quattro anni ha messo a disposizione nel complesso circa 1 milione e mezzo di euro (più altri 500 mila, nel 2011, come plafond di controgaranzia) di fondi propri, arrivando a soddisfare circa 200 domande.

L'EVENTO

I 92 anni di Blarzino

"Trasferire i valori"

"Aiutiamo i giovani ad acculturarsi, a imparare bene le lingue e a capire che libertà e giustizia sono conquistabili con l'onestà intellettuale individuale e collettiva". Questo è il messaggio, semplice eppure efficace e denso di verità, che consegna alla nuove generazioni Primo Blarzino, fondatore della CNA regionale; un incredibile personaggio, oggi 92enne, che ha arricchito il sindacato di battaglie e tappe fondamentali per la nostra regione. Festeggiato lo scorso novembre presso la nuova sede CNA Udine Nord a Felletto (Tavagnacco) dai vertici CNA e da numerose autorità, Primo ha come sempre conquistato l'uditorio con la sua energia e l'entusiasmo che ha contraddistinto la sua lunga vita, presentandosi come "testimonial" perfetto dell'Anno europeo dell'invecchiamento attivo. Commentando la video-testimonianza che sintetizza il memoriale che la CNA Pensionati ha voluto dedicare al suo veterano ("Le mille vite di Primo Blarzino: imprenditore, sindacalista, commerciante, artigiano, pilota, ballerino",

scritto dalla giornalista Rosalba Tello), Blarzino ha invitato nonni e genitori, "che hanno conosciuto fatica e sacrifici, a trasferire con l'esempio la tenacia, la legalità, la fraternità, valori che servono ad affrontare



le avversità". "con i suoi consigli, la sua disponibilità - ha detto il Presidente provinciale CNA di Udine Nello Coppetto - la CNA è cresciuta ed oggi conta 80 dipendenti e 12 sedi; l'ultima è questa di Tavagnacco, il nostro fiore all'occhiello, sorta in un territorio ricco di attività produttive". Parole di stima per Blarzino anche da parte del Presidente regionale CNA Fvg Denis Puntin.



Michele Bortolussi

Opportunità per la meccanica, l'arredo e il vitivinicolo, la logistica e l'elettronica nel Sud degli Stati Uniti

INTERNAZIONALIZZAZIONE

USA

Porte aperte in Texas

Lo Stato ha la più bassa pressione fiscale accompagnata da una spesa pubblica ai minimi termini

Opportunità per la meccanica, l'arredo e il vitivinicolo, la logistica e l'elettronica, ma anche per energie rinnovabili, o ancora le ceramiche, la nautica e la moda.

Il Texas apre notevoli possibilità di business per le imprese friulane, come ha spiegato in Camera di Commercio a Udine Salvatore Romeo, responsabile per l'Italia dell'Italy-America Chamber of

Bisogna prestare più attenzione al marketing e alla comunicazione

Commerce in Texas, che ha presentato il mercato a una ventina di imprenditori della nostra regione.

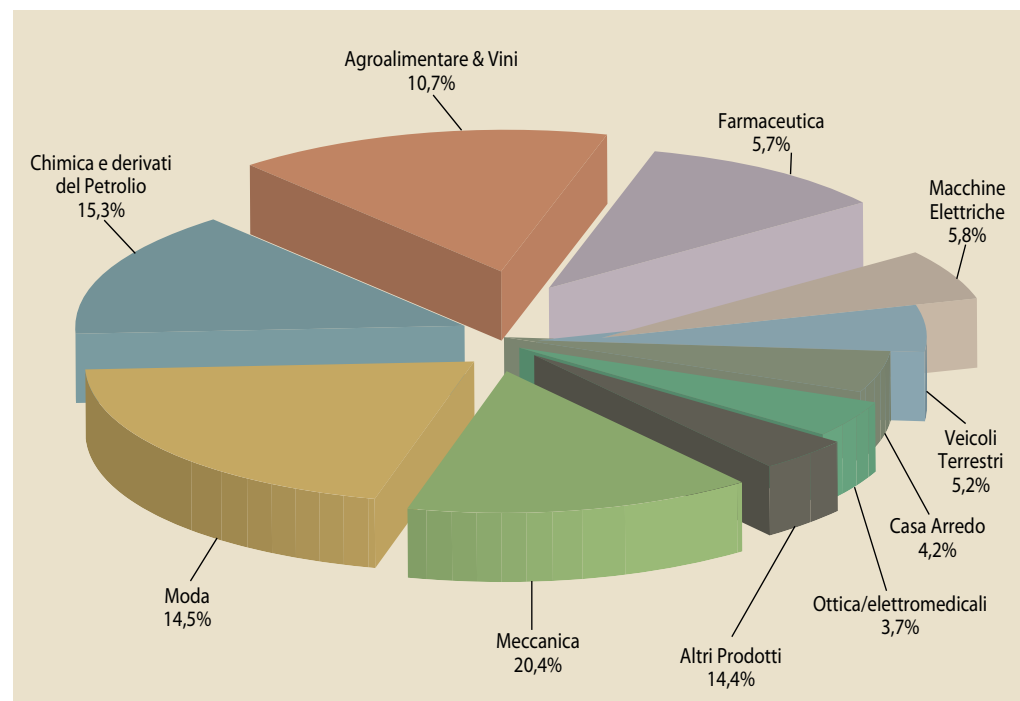
Il Texas, secondo le ultime stime, è lo Stato che traina l'economia statunitense, con la più bassa pressione fiscale accompagnata da una spesa pubblica ai minimi termini (poco più del 17% del Pil, contro, per esempio, il 25% della California).

Ha resistito meglio di altri Stati americani alla crisi: secondo il Bureau of Labor Statistics, la quota di gran lunga più ampia dei nuovi posti di lavoro creati negli Usa tra l'estate 2009 e quella del 2011 (265.300 nuove assunzioni su 722.200, al netto dei licenziamenti) è stata creata in Texas, dove il tasso di disoccupazione si è mantenuto un punto percentuale sotto quello della media nazionale.

«La promozione e il marketing contano molto negli Stati Uniti e sarebbe meglio che anche noi italiani cominciamo a preoccuparci un po' di più di questi aspetti - ha avvertito Romeo -.

Come di altri fattori importanti per gli importatori e di-

Export Italiano negli Usa



{ Fonte: ICE (2012) }

tributori quando valutano e acquistano prodotti nuovi».

I consigli dell'esperto: esportare prodotti particolari. A fare la differenza la costanza della qualità

Tra questi, l'esperto ha citato la ricerca di prodotti artigianali particolari, l'attenzione per la confezione e il packaging e al costo complessivo, oltre che alla costanza della qualità nel tempo e a un rapporto personale di fiducia e stima con il fornitore.

EXPORT

15esimi tra i fornitori Usa

L'Italia ha messo a segno un buon risultato sul fronte delle esportazioni verso gli USA. Secondo i dati ICE, nel corso del 2011 l'Italia con un totale di \$ 33.968 mln di beni esportati rispetto ai \$ 28.505 mln del 2010 ha registrato un aumento di ben il +19,3%. In termini assoluti il nostro paese si colloca al quindicesimo posto tra i paesi "Fornitori USA" con una USA quota del 1,5% sul totale dell'Import USA (il quinto tra i paesi UE). Il saldo commerciale è chiaramente favorevole all'Italia. Nel 2011 il guadagno del nostro paese nell'interscambio di beni con gli USA è stato di 17.977 milioni di dollari. Chiaro che i dati indicano un miglioramento in termini assoluti ma lasciano anche tanto spazio a miglioramenti ancora più sensibili.

ROADSHOW

Guida in AlpeAdria

Il 2013 si aprirà con la partenza per il roadshow promozionale della nuova Guida "The Italian wines from Friuli Venezia Giulia", che si presenterà in alcune tappe in Italia e all'estero, grazie anche al sostegno di FriulAdria Crédit Agricole. Il Roadshow vuole garantire una diffusione strategica della pubblicazione curata dalle quattro Camere di Commercio del Friuli Venezia Giulia, che mette in luce un «prodotto bandiera come il nostro miglior vino - commenta il presidente Unioncamere regionale Giovanni Da Pozzo -, testimonial della nostra identità e della nostra eccellente produttività, ideale "testa di ponte" per aprire nuovi mercati e trascinare positivamente anche altri settori dell'economia». Ed ecco che il Roadshow avrà tre modalità. Innanzitutto la Guida sarà presentata in occasione dei principali progetti organizzati dalla Cciaa in tutto il mondo, tra iniziative di promozione e internazionalizzazione. Sarà inoltre anche affidata alle aziende che partecipano a manifestazioni nazionali e all'estero, che faranno così anche da "ambasciatori" del territorio regionale attraverso la produzione vitivinicola.

Ultimo ma non ultimo, il Roadshow prevede sei appuntamenti mirati, tre nel Nord Italia (a Padova, Verona e Parma) e tre nell'AlpeAdria (Kla-

genfurt, Lubiana e Pola), valorizzando le relazioni con le aree contermini che più agevolmente possono conoscere ed entrare in contatto diretto con i vini del Fvg.

La Guida, lo ricordiamo, si è rinnovata quest'anno con una marcata attenzione al digitale: al volume cartaceo plurienale si affianca infatti un sito internet sempre aggiornato



e consultabile ovunque, a garanzia della massima fruibilità e conoscibilità della Guida. Il sito è www.winesfriuliveneziaigiulia.it e nelle prime settimane dal lancio - il 4 ottobre - era già riuscito a totalizzare quasi 2000 visitatori unici.

Camera di Commercio Udine internazionalizzazione

calendario iniziative [gennaio>marzo 2013]

PROGETTO	INIZIATIVA	DATA	LUOGO	
Progetto "Filiera Abitare" Focus regione di Krasnodar - Russia	presentazione settoriale e check up/ focus regione di Krasnodar - Russia	gennaio	FVG	[1]
Azioni a favore dell'aumento della capacità regionale nell'internazionalizzazione	Avvio Ciclo incontri informativi e check up multisettoriali	gennaio	Udine	
Canada: check up e approfondimenti tecnici settoriali	Partecipazione collettiva alla Fiera Anuga dedicata all'agroalimentare	gennaio	Udine	
Indonesia Partecipazione collettiva fiera Indometal	Partecipazione collettiva alla Fiera Indometal dedicata al settore meccanica	20 - 23 febbraio	Giacarta	[2]
Russia Incoming operatori	Incoming operatori e incontri bilaterali in occasione della fiera Happy Business to You	13-16 febbraio	Udine/Pordenone	[1]
Corea del Sud Incoming operatori	Incoming operatori settore meccanica e agroalimentare	marzo	FVG	[3]
Sviluppo dell'internazionalizzazione per le imprese che si affacciano all'export	Avvio calendario attività seminariale/tecnico informativa	marzo	Udine	[4]

Vuoi esser informato su attività di promozione della Camera di Commercio? Registrati su <http://www.ciaoimpresa.it/public/>

[1] Progetto "Abitare", Legge regionale 1/2009

[2] Progetto FVG. Vs. Global Competition 2012, Legge regionale 11/2011

[3] Progetto Verso nuove Rotte del Business Globale: Corea del Sud, Legge regionale 1/2005

[4] Progetto presentato al cofinanziamento Unioncamere

CHIUSURA NATALIZIA: da lunedì 24 dicembre a venerdì 4 gennaio compreso

Sempre più aziende aderiscono a iniziative della Cciao che promuovono la loro presenza fuori dai confini nazionali

INTERNAZIONALIZZAZIONE

IL BILANCIO

La via della crescita

Corea del Sud, Kazakistan e Azerbaijan, ma anche Sudafrica, Usa e Canada tra le mete del 2013

Sono state quasi mille le presenze aziendali alle attività di internazionalizzazione che la Camera di Commercio di Udine ha promosso in tutto il 2012 ed è su questa solida base che anche il 2013 si prospetta denso di iniziative, sempre più nell'ottica sinergica che vede Unioncamere Fvg interlocutore unico del territorio per questo tipo di attività, com'è stato spiegato dal presidente Giovanni Da Pozzo all'appuntamento che ha visto, agli inizi di dicembre, in Sala Valduga, la presentazione della nuova programmazione e di tante iniziative che il sistema camerale, in collaborazione con le categorie, con enti e realtà del territorio, mette in campo per favorire le opportunità all'estero delle Pmi friulane, «strada obbligata per una possibile crescita», ha detto Da Pozzo.

L'incontro in Cciao è stato organizzato nell'ambito di Enterprise Europe Network (Een), la più grande rete europea di supporto alle piccole e medie imprese, di cui l'ente camerale, con la sua Azienda speciale I.Ter, è sportello sul territorio e che offre ulteriori connessioni con l'estero alle imprese friulane.

Dai risultati 2012 alle iniziative 2013: nuove attività formative, check up e assistenza specialistica ritagliata su misura, per le imprese che non hanno ancora approcciato l'estero da un lato e, dall'altro, per quelle che invece vogliono consolidare le loro presenze sui mercati stranieri. Nel 2013, primari focus dei progetti co-



IN CIFRE

120 presenze aziendali nelle missioni

Entrando nel dettaglio, sono state 933 le presenze aziendali alle iniziative di internazionalizzazione della Cciao di Udine nel 2012, tra seminari e check up (574 presenze), incoming (169), Fiere e missioni (120) e attività di sportello (70). Attività che quest'anno hanno puntato soprattutto a un rafforzamento dell'approccio aggregativo delle Pmi al mercato globale, su cui il sistema camerale «tanto sta facendo - ha aggiunto Da Pozzo -, con la convinzione che sia una soluzione per consentire alle piccole e micro imprese di fare massa critica e arrivare dove da sole non potrebbero, senza perdere peculiarità ed eccellenze delle singole realtà». Esemplare a tal proposito l'Ocm vino, la prima Ati che in Italia vede oltre 40 aziende messe in rete e la Cciao come capofila, per la promozione sui principali mercati extraeuropei. Tra i progetti 2012, anche la prosecuzione di Network Imprese Mercati, presentato da Roberto Corciulo di Ic Solutions: dal confronto tra l'esperto e un team di aziende dei settori Ict e agroalimentare è nata la necessità di approfondire per l'Ict le opportunità in Ungheria, Turchia e Polonia, Paese quest'ultimo scelto pure dall'agroalimentare, con Russia e Corea del Sud.



Imprenditori alla Sial di Parigi



finanziati anche dalla Regione saranno Corea Del Sud (incoming agroalimentare e meccanica), Kazakistan e Azerbaijan (approfondimento del mercato in vista di una missione e B2b). L'Africa sub sahariana, poi, con una missione e un incoming verso e dal Sudafrica per arredo-design e agroalimentare e l'individuazione e presentazione di nuovi mercati dell'area; inoltre partecipazioni fieristiche dell'arredo negli States e il Canada, con missione e B2B, «rafforzati anche dalla presenza nella nostra Cciao, unica in Italia, del Consolato onorario», ha ricordato Da Pozzo. Tra i progetti pluriennali, si procederà con il progetto Inco in Serbia, mentre in India, con un progetto in sinergia con il sistema camerale nazionale, un'iniziativa di arredo-design di valorizzazione del Made in Italy. Il sistema camerale sarà poi impegnato sul fronte della "Filiera abitare Fvg", con Russia, Mediterraneo, Me-

dio Oriente e Far East, con partecipazioni fieristiche, missioni e incoming, ma anche della "Promozione delle filiere", con la partecipazione alle primarie fiere in collettiva per la meccanica (con Indometal a Jakarta) e per l'agroalimentare (con Anuga a Colonia). Gli Stati Uniti e la Cina saranno i due mercati di riferimento per Ocm vino, mentre nel 2013, a maggio, è già prevista la seconda edizione del "Connecting event", che sarà riproposto per una seconda edizione, in cui le imprese dell'area possano incontrare potenziali partner interessati a costruire insieme progetti di rete per raggiungere efficacemente i mercati esteri. Si ricorda a tal proposito che la prima edizione, realizzata quest'anno a maggio, ha totalizzato circa 250 incontri di business, per 120 aziende di tutto il Nordest che hanno animato - con 151 presenze - anche le 10 sessioni seminariali di approfondimento sui mercati esteri.

SELL OR BUY

Proposte di collaborazione pervenute al punto Enterprise Europe Network - Consorzio Friend Europe di Udine direttamente da aziende estere oppure attraverso le reti ufficiali create dalla Commissione Europea, dalla banca dati "BCD - Business Cooperation Database" della DG Imprese e Industria, dallo Sportello per l'Internazionalizzazione e da altre Istituzioni per promuovere la cooperazione transnazionale tra le piccole e medie imprese.

TURCHIA - EDILIZIA

Azienda turca attiva nel settore della lavorazione pietra naturale è interessata a cooperazione commerciale. L'azienda produce prodotti in pietra naturale finiti anche per la casa e marmo grezzo. Offre servizi di distribuzione ed è interessata a produzione reciproca e joint venture (Rif. 2012.12.01 BCD 20100520014)

POLONIA - LEGNO

Azienda polacca operante nella lavorazione del legno e realizzazione porte in si offre per rappresentare costruttori di case e aziende del settore lavorazione legno. Cerca inoltre partner per produzione reciproca. (Rif. 2012.12.02 BCD 20110216012)

TURCHIA - MECCANICA

Azienda turca specializzata nella costruzione di elementi per il riscaldamento in vari settori industriali si offre come distributore ed è interessata a produzione reciproca. (Rif. 2012.12.03 BCD 20121002008)

UNGHERIA - GOMMA E PLASTICA

Azienda ungherese attiva nella produzione di gomma di alta qualità e prodotti in plastica, prodotti vulcanizzati, filler estrusi e profili isolanti si offre per subfornitura. (Rif. 2012.12.04 BCD 20121126074)

UNGHERIA - LAVORAZIONI METALLO

Azienda ungherese operante nella lavorazione dei metalli, arredi in metallo, cancelli e balaustre è interessato a subfornitura. (Rif. 2012.12.05 BCD 20090630180)

POLONIA - LOGISTICA

Azienda polacca specializzata nel trasporto e spedizione di merci offre cooperazione logistica. (Rif. 2012.12.06 BCD 20121015060)

UNGHERIA - CARNE

Azienda ungherese specializzata in lavorazioni casecce di carne cerca intermediari commerciali.

(Rif. 2012.12.07 BCD 20100621004)

RUSSIA - PRODOTTI DA FORNO E CONFETTURE

Azienda russa attiva nello sviluppo di tecnologie e fornitura di materie prime per panifici e per produzione confetture, nonché prodotti da forno, usando una tecnologia particolare, si offre per agenzia e co-produzione. (Rif. 2012.12.08 BCD 20100719005)

RUSSIA - PRODOTTI CASEARI

Azienda russa specializzata nella vendita di prodotti caseari cerca e offre servizi di rappresentanza, produzione reciproca. Interessata anche all'acquisto di parte/intera azienda. (Rif. 2012.12.09 BCD 20100901017)

TURCHIA - ENERGIE RINNOVABILI

Azienda turca produttrice di vari macchinari per il settore lavorazione alimenti cerca ed offre servizi di intermediazione commerciale, si offre per lavorazioni in subfornitura, produzione reciproca. (Rif. 2012.12.10 BCD 20101016001)



L'Europa alla portata della vostra impresa.

AVVISO

(L'Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER della CCIAA di Udine non si assume alcuna responsabilità per le informazioni incomplete e/o inesatte contenute nel presente documento, né sull'affidabilità delle aziende inserzioniste)

Camera di Commercio di Udine
Azienda Speciale Imprese e Territorio - Internazionalizzazione
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel 0432 273516 273826
Fax 0432 503919
e-mail: progetti.info@ud.camcom.it

ENTERPRISE EUROPE NETWORK

Una guida per l'estero

Een. L'acronimo dell'Enterprise Europe Network, che le imprese friulane hanno imparato a conoscere bene, poiché la Cciao di Udine, con la sua Azienda speciale I.Ter, ne è Sportello sul territorio.

Ad approfondirne struttura e operatività, al convegno di dicembre, è stata il segretario generale della Camera di Commercio Maria Lucia Pillutti, che ha rimarcato come si tratti di una rete costituita da ben 600 enti partner in più di 47 Paesi, e comprenda Stati Europei, Paesi candidati, membri dello Spazio Economico Europeo (See) e Paesi terzi.

I punti Een, come ha spiegato, sono organizzati in consorzi (il "nostro" è Friend Europe) e ospitati localmente da enti specializzati nell'informazione e assistenza alle imprese e nel settore dell'innovazione e trasferimento tecnologico.

I servizi forniti da Een sono svariati: informazioni sulla legislazione, i programmi e le politiche europee rilevanti per le imprese, sulle opportunità offerte dagli appalti europei, ma anche informazioni on-line o su imprese europee, come visure e bilanci, consulenze gratuite con esperti in materia di registrazione marchi e brevetti Ue e internazionali e consulenze con esperti-Pae-

se, oltre a un'intensa attività seminariale.

C'è poi il servizio Sell or buy, con proposte di collaborazione pervenute direttamente da aziende estere, oppure attraverso le reti ufficiali create dalla Commissione Europea, dalla Banca dati Bcd (Business Cooperation Database), dallo Sportello per l'Internazionalizzazione e altre istituzioni per promuovere la cooperazione transnazionale tra le Pmi.

Lo Sportello Een, in particolare, offre gratuitamente alle imprese della provincia un servizio di ricerca di cooperazione attraverso il Bcd.

Oltre al Segretario generale, sono intervenuti al convegno anche Claudio Celeghin, del comitato Editoriale internazionale "Your Europe" Agenzia per l'Italia digitale, che ha illustrato "Your Europe Portal", il portale informativo della Commissione Europea per imprese e cittadini.

Di innovazione e trasferimento tecnologico ha parlato invece Lara Di Pace, Referente Een di Area Science Park di Trieste, mentre di IMP³rove, il progetto per migliorare la gestione dell'innovazione in azienda, ha riferito Martina De Sole, Responsabile Ricerca industriale di Apre, Agenzia per la promozione della ricerca europea.

La posizione geografica del Friuli deve rappresentare un'opportunità. Servono però investimenti nei porti

ATTUALITÀ

IL CONVEGNO

Logistica, una fonte di

Paola Treppo

Investire nella combinazione di porti, retroporti, inland terminal e filiere produttive. Condividere i servizi logistici fra le imprese presenti sul territorio. Attrarre nuovi investimenti e traffici internazionali. Creare una nuova imprenditorialità legata al settore della logistica. Tutto questo è possibile sfruttando il vantaggio competitivo dato dalla posizione geografica privilegiata del Friuli Venezia Giulia, da una dotazione infrastrutturale concentrata nei nodi logistici portuali e da una struttura produttiva d'eccellenza. La finalità? Realizzare un modello di sviluppo basato su "Filiere territoriali logistiche". Mobilità, sviluppo e necessità di agire, subito, nel settore del servizio al trasporto sono stati al centro del convegno "Logistica e sviluppo locale: opportunità e sfide per il Friuli Venezia Giulia" organizzato dalla Camera di commercio di Udine. Al centro dell'incontro lo studio commissionato dalla Cciaa all'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico/Ocse, indagine che partendo dalla portualità delinea lo sviluppo integrato nella logistica regionale. A illustrare i contenuti del documento è stato Sergio Arzeni, direttore del Centro Ocse per l'imprenditorialità, le pmi e lo sviluppo locale. Alla sua stesura hanno collaborato Ennio Forte, professore ordinario di economia dei trasporti all'Università di Napoli "Federico II" e Lucio Siviero, ricercatore del Dipartimento di economia e impresa all'Università di Catania. Si tratta di un rapporto che la Camera di Commercio di Udine ha voluto commissionare per disporre di uno strumento aggiornato, a vantaggio di tutti, per guardare al ruolo prossimo futuro del Friuli Venezia Giulia basandosi su una fotografia reale del territorio e sul-

L'INTERVENTO DI DA POZZO

"Superare i campanilismi"

Lo studio commissionato dalla Camera di commercio di Udine all'Ocse è un punto di partenza - ha sottolineato il presidente della Cciaa, Giovanni Da Pozzo -. Rappresenta uno strumento a supporto delle istituzioni e della politica per essere pronti a mettere in campo una strategia di sviluppo della nostra regione che crei attività d'impresa e occupazione. Abbiamo un'opportunità da non perdere, la nostra portualità da rinforzare e coordinare con l'intero sistema logistico". Per Da Pozzo è necessario superare i campanilismi e pensare a una crescita che faccia riacquisire la centralità naturale del Friuli Venezia Giulia all'interno dell'Europa, hub per gli scambi dal Mediterraneo al Nord, ma anche per quelli che arrivano da mercati lontani e promettenti come il Far East. "Un'opportunità che richiede necessariamente una regia - ha evidenziato -. Sappiamo che non sempre è facile ragionare in termini di sistema, anche se la nostra è una piccola regione. Nel prossimo futuro non potremo non

pensare che il sistema economico finora valido rimanga inalterato. Il Friuli Venezia Giulia confina con realtà limitrofe che offrono condizioni molto vantaggiose per i nostri imprenditori. Dobbiamo quindi muoverci velocemente per non perdere questa grande occasione". Per il presidente della Camera di commercio di Udine, il punto di riferimento delle infrastrutture in Fvg è il porto del capoluogo regionale: "un suo sviluppo è destinato a far ricadere gli effetti positivi sul mondo produttivo dell'intero territorio. È una questione nodale e ad ampio spettro, in cui non si possono sollevare questioni localistiche. Anche come presidente di Unioncamere Fvg ritengo che le istituzioni tutte debbano sostenere Trieste in quest'azione, tanto necessaria quanto complessa. Lo dico anche nell'ottica dell'attività di internazionalizzazione delle imprese che il sistema delle Camere di Commercio sta promuovendo con tanto impegno". "Bisogna fare squadra davvero e mettere in rete conoscenze e competenze, dalla politica alla società".

le dinamiche locali, di confine, europee e internazionali che riguardano il movimento del mercato e le sue direttrici, in continua evoluzione. Conoscenza, quindi, per capire cosa funziona e cosa si è arrugginito; per sapere dove puntare per non rischiare di rimanere tagliati fuori pur essendo zona strategica a livello Europa e Mediterraneo. Oltre ad Arzeni, al convegno hanno portato il loro contributo il presidente

della Camera di commercio di Udine, Giovanni Da Pozzo, l'europarlamentare e componente della Commissione trasporti del Pd Debora Serracchiani, l'assessore regionale alle infrastrutture, mobilità, pianificazione e lavori pubblici, Riccardo Riccardi, e Sandro Fabbro, docente di strategie urbane e territoriali all'Università di Udine. Ed è proprio Fabbro che, sposando la tesi di Arzeni, ha sottolineato la centralità e l'im-



portanza dei porti di Trieste e Monfalcone: "se non si potenziano subito, entro cinque anni la piattaforma logistica non ha più alcun senso - ha detto, infatti -. A beneficiarne, a quel punto, sarebbero Capodistria e poi, forse, Venezia. Ma ciò che è peggio è che la regione sarebbe destinata all'irrelevanza strategica e a un'inevitabile spaccatura strutturale, condannando il Friuli Venezia Giulia all'isolamento per un al-

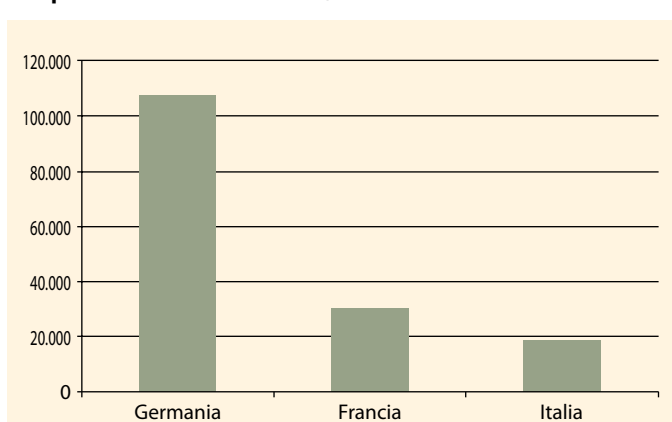
tro lungo periodo". Per Fabbro, lo studio dell'Ocse, per quanto iniziale, ha un valore simbolico enorme: "da una parte permette di certificare un'opportunità storica per la regione e il Friuli e, dall'altra, di mettere allo scoperto tutte le criticità". Quali le opportunità messe in luce dal documento? Una in particolare: la strategica collocazione geografica del Friuli Venezia Giulia, area inserita nei flussi di merci di un'econo-

mia globale, rafforzata da strategie europee recentemente riviste in meglio proprio per il Fvg. Quali le criticità? "Lo studio mostra l'esistenza di una sfida difficile per le classi dirigenti di questa regione - ha osservato il docente -. Ci mette davanti, con argomenti forti, a una brutale alternativa: rovesciare come un guanto la declinante e rilassata politica di questa regione e ristrutturare l'economia regionale o lascia-

Il Corr. AB, per il FVG significa non solo porti, ma anche interporti, ferrovia Portebbania, zone produttive, città ecc.



Trasporto ferroviario di merci, 2010 - Milioni di tonnellate/km



Fonte: Eurostat

LO STUDIO

Il gap da colmare in termini di integrazione modale resta ancora notevole

Trieste è l'hub fondamentale

In seguito al dissolvimento del blocco politico-economico orientale e del graduale allargamento del mercato unico europeo verso Est, gli scenari economico-politici sono totalmente cambiati. La regione Friuli Venezia Giulia è ritornata in una posizione potenzialmente baricentrica, con prospettive di piattaforma di interscambio e crocevia di transito da e per le sue primarie direttrici.

Su queste ultime si snodano, da un lato, le principali infrastrutture di trasporto ferroviario e stradale a Nord/Nord-Est (Germania e Paesi dell'Europa dell'Est) e dall'altro le vie marittime a Sud/Sud-Est verso la Turchia, le sponde del Mar Nero, quelle nord africane e medio-orientali del Mediterraneo. Circa il 45% del traffico marittimo mondiale passa per il Mediterraneo lungo la direttrice Est-Ovest, quindi anche attraverso Suez.

Di questo, però, quasi il 69% è diretto verso i porti del Nord Europa, mentre solo il 31% rimane destinato ai porti del Mediterraneo. L'Adriatico è una via naturale verso i mer-

cati del centro Europa, soprattutto per le merci che arrivano dal Far East (dal Mediterraneo Orientale fino alla Cina).

Le merci che arrivano da questa rotta, soprattutto quel-

L'Adriatico è una via naturale verso i mercati del centro Europa, soprattutto per le merci che arrivano dal Far East

le containerizzate, potrebbero arrivare in tutto il nord Adriatico. Considerazioni di carattere ambientale rafforzano questo orientamento e il mercato non potrà non tenerne conto. Un container che, dopo aver attraversato il Canale di Suez, raggiunge il mercato europeo attraverso i porti italiani e poi prosegue, su rotaia, verso l'Europa centrale, produce meno anidride carbonica rispetto allo stesso container che arriva attraverso i porti del Nord Europa. Sulla base della configurazione delle direttrici po-

tenzialmente generatrici e attrattori di traffico, un modello del "traffico unitizzato" coerente con esse vede, all'interno del sistema portuale del Friuli Venezia Giulia, Trieste come "hub" fondamentale.

Questo sia per le origini-destinazioni terrestri da un lato, che per quelle marittime dall'altro. Per le prime, le origini-destinazioni Nord/Nord-Ovest dell'Italia, ma soprattutto quelle Centro-Nord e Nord-Est dell'Europa; per le seconde le origini-destinazioni Sud/Sud-Est, sponda africana del Mediterraneo, Medio Oriente, Turchia. Trieste, quindi è l'"hub" fondamentale, sia per fattori di scala, sia per la specializzazione storica del porto. Sia, infine, per gli investimenti realizzati e programmati nel porto.

Il gap da colmare in termini di integrazione modale e logistica è notevole in quanto, a oggi, in termini di traffico movimentato, si è particolarmente evoluto soltanto il più flessibile autotrasporto, mentre nei restanti comparti (movimentazione ferroviaria, movimentazioni nei porti e ne-

gli interporti), si è mantenuto su valori pressoché immutati.

Tale evoluzione ha prodotto in pochi anni un notevole congestionamento delle prin-



La finalità è realizzare un modello basato sulle filiere territoriali

ATTUALITÀ

sviluppo



re, ad altre aree e paesi, di godere di questa opportunità, e a noi di continuare a sovvenzionare economie e istituzioni locali sempre più asfittiche". Cosa fare? "Con il "Baltic-Adriatic Corridor", ovvero il corridoio Baltico-Adriatico, l'area friulana entra in gioco nel network europeo centrale e i benefici economici possono essere tali da incidere stabilmente per diversi punti percentuali sul Pil regionale, creando migliaia

di nuovi posti di lavoro". Nuove attività logistiche connesse con la movimentazione dei container, il loro trasporto ferroviario e il miglioramento di quelle esistenti avrebbero una ricaduta positiva importante: "una stima grossolana ci dice che 2 milioni di container previsti all'anno produrrebbero 4 miliardi di fatturato, all'anno, in sola logistica. Se il valore aggiunto è di circa 8-10%, andiamo a 400 milioni all'an-

no, circa pari a più di un punto, in più, sul Pil regionale; il che significa circa 4000-5000 nuovi posti di lavoro nella sola logistica". Benefici si avrebbero anche nell'indotto. Con le attività produttive connesse con la lavorazione di parte delle merci in transito (materie prime, semilavorati, beni intermedi) si attrarrebbero nuovi investimenti da fuori regione nei porti, negli interporti e nelle zone industriali. Non solo: si originerebbe una domanda di nuove qualifiche e competenze sul mercato del lavoro. "Le infrastrutture non bastano -

Sommario: I benefici possono incidere sul Pil regionale, creando migliaia di nuovi posti di lavoro

ha aggiunto Fabbro -. La vera strozzatura è il trasporto ferroviario delle merci. Bisogna organizzarlo e gestirlo dai porti agli interporti e poi ai mercati di distribuzione. Oggi questo servizio è carente e costoso, per latitanza e disinteresse del gestore cargo nazionale. Come nel trasporto locale, è necessario aprire il mercato a grandi operatori europei indipendenti del trasporto merci, interessati a gestire direttamente un servizio ferroviario frequente, affidabile e capillare, con un utilizzo intensivo della ferrovia esistente". Per guardare a un futuro di sviluppo in senso mobilità, sono necessari investimenti per 400 milioni di euro. "Le opere da realizzare sono il raddoppio della linea Udine-Cervignano del Friuli, lo sdoppiamento di Bivio San Polo, il completamento della circonvallazione ferroviaria di Udine e i raccordi ferroviari minori tra zone industriali e rete ferroviaria".

I POLITICI

Riccardi e Serracchiani

"Fare scelte, non subirle"

Importante il confronto coi rappresentanti delle istituzioni, da cui è nato un costruttivo scambio di vedute. L'assessore regionale alle infrastrutture, mobilità, pianificazione e lavori pubblici, Riccardo Riccardi, ha sollevato, forse per la prima volta, il tema della "questione settentrionale" e non in senso di contrapposizione, nella forma e nei contenuti, a quella, storica, "meridionale". "Serve capire a quali condizioni un'area, di cui il Friuli Venezia Giulia è parte, è in grado di attrarre investimenti - ha detto -: certo, il territorio della nostra regione vanta peculiarità "naturali" che ci aiutano". Tra questi la posizione geografica baricentrica, i fondali marini e la ferrovia Pontebbana tecnologicamente avanzata. "Non sono sufficienti, tuttavia, per consentire alle imprese di stare sul mercato: serve una logistica all'altezza. Questo è lo sforzo che dobbiamo fare". Riccardi ha posto l'accento sullo sviluppo dell'area mediterranea nel suo complesso, sulla necessità che vi sia parità di condizioni fra l'Italia e i Paesi confinanti - aspetto, quest'ultimo, che riguarda direttamente il Fvg - e sulla specialità della Regione, da usare come strumento in un'ottica più ampia, che riguardi tutto il Nord Italia. "Ciò per scongiurare la fuga delle imprese. Bisogna evitare pure le divisioni che ci caratterizzano: rischiano di porre in secondo piano l'asse Adria-

tico rispetto a quello del Tirreno dove, invece, sono tutti uniti". L'assessore regionale richiama l'attenzione al pericolo dell'"effetto tunnel", cioè che i traffici "passino sopra" la regione. Cosa fare? "Porre in essere tutti quegli investimenti per la rete autostradale e la rete ferroviaria capaci di rendere più efficiente e meno one-

mo a farci valere come snodo cruciale, rischiamo di essere tagliati fuori". L'Europa, ha ricordato, ha chiesto all'Italia di spingere sull'intermodalità, di investire sulla ferrovia e sulla sostenibilità ambientale della logistica. "La filiera territoriale della logistica rappresenta probabilmente il futuro, ancor prima della piattaforma logistica



roso il traffico, così che il Friuli Venezia Giulia sia in grado di essere in collegamento con efficacia col resto d'Italia e con l'Europa. Dobbiamo adottare, insomma, misure che ci rendano competitivi". Per l'euro-parlamentare e componente della Commissione trasporti del Pd, Debora Serracchiani, in questo momento l'Italia sta dimostrando scarso interesse per ciò che avviene nel Nordest: "anche all'interno dei corridoi europei, se non riuscia-

- ha fatto notare -. Ma le scelte vanno fatte adesso. La Regione deve avere forti interlocutori a Roma e Bruxelles, per non subire ma governare le scelte". Per la Serracchiani va fatta un'azione comune in difesa dei porti, recuperata e integrata la rete di trasporti. "Per troppo tempo abbiamo creato opere svincolate le une dalle altre. Si è sbagliato ma si può recuperare molto perché questo Paese sbaglia se continua a non fare scelte".

LE CRITICITÀ

La competizione slovena

La direttrice Koper taglia fuori il Fvg

Tra le criticità messe in evidenza dallo studio dell'Ocse c'è anche quella ambientale. "L'operazione di sviluppo è di per sé largamente "carbon free". Ma non tutto il flusso merci andrebbe però su rotaia, anche nella migliore delle ipotesi, con conseguente incremento del trasporto merci su autostrada e strada, quindi aumento della produzione di anidride carbonica - ha osservato e Sandro Fabbro, docente di strategie urbane e territoriali all'Università di Udine -. La realizzazione di nuove banchine per grandi navi, con scavi e dragaggi, così come la realizzazione di raddoppi e connessioni ferroviarie, causano comunque inquinamento atmosferico. Sembrano problemi affrontabili e inferiori a quelli previsti per altre grandi opere. Certo è che, considerati tutti assieme, gli effetti cumulativi dei megacantieri possono diventare rilevanti e originare conflitti am-

bientali ingestibili col territorio". La possibilità di trattare adeguatamente questi processi è legata alle strategie e agli strumenti che si useranno per governarli. "La questione va affrontata nella sua interezza con un "patto di compensazioni ambientali" col territorio e le comunità. Ma gli interlocutori non possono essere i 200 Comuni attuali che vanno ridotti a poche "Aree Vaste" con cui aprire un dialogo sulle compensazioni". Un'altra criticità è rappresentata dal porto mercantile di Venezia che ha già un forte mercato legato essenzialmente alle economie regionali dell'area: "il suo progettato nuovo porto d'altura è ben visto a Roma anche se, per gli operatori, ha costi di gestione non convenienti. I porti di Trieste, Monfalcone e Capodistria hanno invece economie regionali più deboli e devono collocarsi, necessariamente, su direttrici transregiona-

li e transnazionali; ma il porto di Capodistria è cresciuto più di tutti ed è anche il terminale di un tracciato alternativo del corridoio Adriatico-Baltico che valorizza la Slovenia e taglia fuori il FriuliVg. I diversi porti dell'Alto Adriatico fanno riferimento a bacini e direttrici in competizione tra loro: solo un accordo internazionale potrebbe sancire una benefica cooperazione". Chi sta con chi? Capodistria si può collegare meglio con Lubiana. Lubiana, a sua volta, attraverso Maribor-Graz, si può collegare meglio con Vienna. "La ferrovia Pontebbana rimane un ramo del tutto sottoutilizzato e secondario del corridoio Adriatico-Baltico. Cervignano e gli altri interporti rimangono come sono: centri intermodali di livello locale. Le zone industriali del Friuli Venezia Giulia sono destinate ad un più o meno lento declino e le città regionali anche".

ntale

cipali arterie stradali regionali del Friuli Venezia Giulia, con evidenti effetti negativi in termini di incidentalità e impatto ambientale.



Il sistema ferroviario regionale, inoltre, in particolare quello provinciale di Trieste, ha subito una progressiva marginalizzazione rispetto alle principali arterie di collegamento del Paese con il resto d'Europa, principalmente causata dalla crescita dei poli logistici del vicino Veneto, come Verona e Padova. Questo scenario genera qualche dubbio sul futuro del sistema di trasporto terrestre regionale quale territorio snodo di traffici da e verso il Centro e l'Est europeo che potrebbe invece essere fugato dal recupero di produttività ed efficienza delle attività portuali di Trieste e dalle connesse attività di logistica portuale.

Nel contesto infrastrutturale regionale Fvg, il porto di Trieste rappresenta il fulcro centrale del sistema trasportistico: da qui si snodano, infatti, i collegamenti con il resto del mondo. Il traffico merci gestito dal porto triestino rappresenta una quota di tutto rispetto nel contesto italiano con circa il 10% del totale traffico dei porti italiani e con un forte recupero negli ultimi anni

del traffico di container (+48% nel periodo che va dal 2007 al 2011).

In relazione al ruolo della regione Friuli Venezia Giulia di territorio snodo, in particolare tra i traffici da e verso l'area balcanico-danubiana, è sempre più da inquadrarsi nell'ambito della geografia economica dei flussi dominanti, prevalentemente marittimi, che legano le diverse aree geografiche del pianeta.

Il Friuli Venezia Giulia e l'arco alto-adriatico fungeranno prevedibilmente, sempre più, nel medio-lungo periodo, da piattaforma territoriale di interscambio commerciale e logistico tra l'Asia (via Suez), il Mediterraneo orientale e il Mare Nero (Medio Oriente, Turchia, Ucraina, Russia), i Paesi del Corridoio Baltico-Adriatico e oltre, verso Est (Ungheria, Russia, Finlandia). In tale posizione strategica, il Friuli Venezia Giulia deve però valorizzare le funzioni produttive e di supporto all'interscambio commerciale che vanno ben oltre il mero transito, anche se effettuato con servizi traslogistici efficienti.



PER LE FESTE SCEGLI FRIULANO

BRINDA CON I BIANCHI DEL FRIULI VENEZIA GIULIA.

Stappa, versa, brinda. Prima, però, ricordati di scegliere la qualità dei vini bianchi del Friuli Venezia Giulia: le bollicine della Ribolla gialla, il pregevole Friulano, l'elegante Sauvignon, i delicati Pinot grigio e Pinot bianco, i raffinati Picolit e Ramandolo.

Spumeggiante, originale, intenso.

www.friulano.fvg.it



ersa  REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA
Agenzia regionale per lo sviluppo rurale

con il contributo di:


MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI


Visite alle aziende per i giovani che sono diventati da poco imprenditori o aspirano a mettersi in proprio

CAMERA DI COMMERCIO

LA NOVITÀ

Formarsi sul campo

Gli under 30 si sono confrontati con i titolari di L'Ego e Codess

Una visita all'impresa per confrontarsi direttamente con il titolare sulle opportunità e le difficoltà da superare nel gestire un'attività in proprio. È la nuova formazione "sul campo" che, in novembre, ha cominciato a proporre la Camera di Commercio di Udine, attraverso la sua Azienda speciale Ricerca&Formazione, nell'ambito dello sportello Imprenditoria Giovanile sostenuto dall'ente camerale. Le visite si rivolgono a gruppi di giovani fra i 18 e i 30 che abbiano avviato o in-

Per Marco Colle (L'Ego) è necessario costruirsi un serio e preciso business plan e organizzare costantemente riunioni con i "collaboratori"

tendano avviare un'impresa. La prima visita-colloquio, realizzata in collaborazione con Concommercio Udine, si è tenuta il 21 novembre al "L'Ego", locale gestito da Marco Colle, giovane imprenditore che, nonostante la crisi, ha deciso di investire per il suo futuro aprendo una nuova attività a Udine in via Giovanni Paolo II°. La seconda visita, il 12 dicembre, si è invece concentrata, grazie alla collaborazione con LegaCoop Fvg, sull'attività per la prima infanzia svolta alla Codess Fvg, il cui servizio specifico è coordinato da Sabrina Comelli.

I giovani partecipanti, pressoché tutti con formazione universitaria, si sono dimostrati molto attenti e precisi nell'intervistare gli imprenditori, che hanno fornito spunti e consigli pratici da tenere sempre presenti. Marco Colle, per esempio, ha rimarcato come ci si debba dedicare completamente al lavoro, quando ci si met-



te in proprio. «Dipende certo dall'attività che scegliete - ha detto - ma bisogna dimenticare le classiche otto ore. Si lavora tantissimo, ma se si vogliono far funzionare le cose si deve sempre essere presenti». Così al mattino lui passa almeno quattro ore a gestire amministrazione e burocrazia e poi parte tra i suoi due locali, uno nella parte centrale di Udine, l'altro la nuova attività nel palazzo blu di fronte al Terminal Nord, area dove stanno aprendo attività commerciali e istituti bancari. «Questi sono i clienti dell'ora di pranzo - ha detto Colle - ai quali cerchiamo di offrire una ristorazione di qualità a prezzi contenuti, ma la proposta del locale si amplia con il lounge restaurant che fino alle 24 offre anche musica e serate a tema». Per Marco, è necessario costruirsi un serio e preciso business plan, fondamentale per una gestione oculata e per saper pianificare i propri investimenti, ma anche la componente umana è fondamentale. Con i suoi dipendenti, che lui ci tiene a chiamare «collabora-

tori», organizza costantemente riunioni per confrontarsi e aggiornarsi, per capire ciò che funziona e ciò che si può migliorare. «Se noi che lavoriamo siamo sereni e contenti di ciò che facciamo, il nostro cliente lo percepisce e lo apprezza. E le soddisfazioni arrivano per tutti», ha commentato.

Le visite rientrano nel pacchetto di interventi a favore dell'imprenditoria giovanile messi in campo quest'anno dalla Cciao di Udine. I gruppi

I gruppi sono affiancati da un tutor e da un facilitatore che aiutano i partecipanti nel confronto con l'impresa

sono affiancati da un tutor e da un facilitatore che aiutano i partecipanti nel confronto con l'impresa.



API E CCIAA

L'importanza del marketing

Si è svolto nella sede di Friuli Future Forum, nelle giornate del 3, 4 e 12 dicembre 2012 il percorso formativo, della durata di 24 ore, dal titolo "Il marketing nei mercati industriali" proposto nell'ambito della partnership tra la Camera di Commercio di Udine e l'Associazione Piccole e Medie Industrie di Udine. Il corso, dedicato alla formazione del personale dell'area commerciale delle piccole e medie industrie e, realizzato con la collaborazione della Scuola di Palo Alto di Milano, ha permesso di sviluppare il tema del marketing dei mercati industriali e, in particolare. Il percorso, strutturato in tre incontri, è stato rivolto a imprenditori e loro collaboratori, dirigenti, managers, desiderosi di momenti di apprendimento innovativi e di eccellenza. Sono 30 le Imprese, tutte della provincia di Udine, che hanno aderito all'iniziativa. Si tratta di imprese manifatturiere, del settore trasporti e logistica, dei servizi. Si è trattato dell'opportunità di accrescere le competenze e le conoscenze dei collaboratori dei piccoli e medi imprenditori impegnati in azienda nell'area commerciale. L'iniziativa è una risposta alle richieste della piccola e media industria. Infatti, le imprese, nonostante l'incertezza del momento hanno aspettative di crescita e ambizioni di sviluppo e sono consapevoli che potranno conseguire questi risultati solo se sapranno guardare

ai mercati internazionali e se avranno gli strumenti per rincorrere quei paesi che hanno una proiezione del PIL positiva e in aumento come ad esempio la Russia, l'India, la Turchia, la Cina, l'area ASEAN, paesi che assieme ad altri contribuiscono al PIL del + 3,5% riferito all'area Mondo. I primi due incontri di lunedì 3 e martedì 4 dicembre 2012 hanno visto la partecipazione in veste di relatore del dottor Ivo Pezzuto, consulente, formatore e docente internazio-



nale che ha ricoperto incarichi dirigenziali di crescente responsabilità nell'ambito del marketing, del product management, della pianificazione strategica a livello europeo. Il terzo incontro svoltosi mercoledì 12 dicembre 2012 è stato condotto dal dottor Marco Schiavone, che ha operato per più di vent'anni in aziende multinazionali in settori che vanno dai prodotti alimentari alla cosmetica, gestendo reti di vendita di grandi e medie dimensioni.

Camera di Commercio Udine ricerca & formazione

Azienda Speciale Ricerca & Formazione

La Formazione continua a GENNAIO 2013

CORSI SICUREZZA - AREA COMMERCIALE

LA FORMAZIONE AI LAVORATORI AI SENSI DELL'ART. 37 COMMA 2 DEL D.LGS. 81/08 ACCORDO STATO REGIONI DEL 21/12/2011

Formazione del personale dipendente

- CORSO DI FORMAZIONE GENERALE per tutti i livelli di rischio - durata 4 ore - Costo: € 35 esente Iva a partecipante
- CORSI DI FORMAZIONE SPECIFICA (v.s. legenda*):
- RISCHIO BASSO - durata 4 ore Costo: € 35,00 esente Iva a partecipante
- RISCHIO MEDIO - durata 8 ore Costo: € 65,00 esente Iva a partecipante
- RISCHIO ALTO - durata 12 ore Costo: € 100,00 esente Iva a partecipante

* legenda:

Rischio Basso (commercio, alberghi, bar, ristoranti ecc)
Rischio Medio (agricoltura, trasporti, istruzione e pubblica amministrazione)
Rischio Alto (costruzioni, metalmeccanica, legno, chimica, attività sanitarie ecc.)
Avvio: gennaio 2013

Referente: gabriella.delpriore@ud.camcom.it

La Camera di Commercio di Udine, attraverso la sua Azienda Speciale Ricerca & Formazione, progetta azioni formative mirate a sostegno delle imprese. L'intento è quello di trasmettere ai partecipanti strumenti, capacità e competenze necessari per vincere la sfida proposta dal nuovo scenario economico.

CORSI WEBMARKETING - AREA COMMERCIALE

Sono aperte le iscrizioni ai nuovi corsi commerciali in area Webmarketing in partenza da gennaio 2013:

- WEB WRITING: SCRIVERE PER IL WEB 16 ore Costo: € 257,00 esente Iva
- PRIVACY ED ASPETTI LEGALI DELLA RETE 8 ore Costo: € 128,00 esente Iva
- IL MARKETING VIRALE COME STRUMENTO DI PROMOZIONE ON LINE 4 ore Costo: € 64,00 esente Iva
- SEO (Search Engine Optimization) Posizionamento dei motori di ricerca - 8 ore Costo: € 128,00 esente Iva
- SEM (Search Engine Marketing) l'evoluzione del Web Marketing 8 ore Costo: € 128,00 esente Iva

Avvio: da gennaio 2013, al raggiungimento del numero minimo di iscritti.

Referente: gabriella.delpriore@ud.camcom.it

L'Azienda Speciale Ricerca&Formazione della CCIAA di Udine per le festività natalizie osserverà il seguente periodo di chiusura: dal 24.12.2012 al 04.01.2013. FELICI FESTE!

SPORTELLO IMPRENDITORIA

CORSI GRATUITI DA GENNAIO 2013

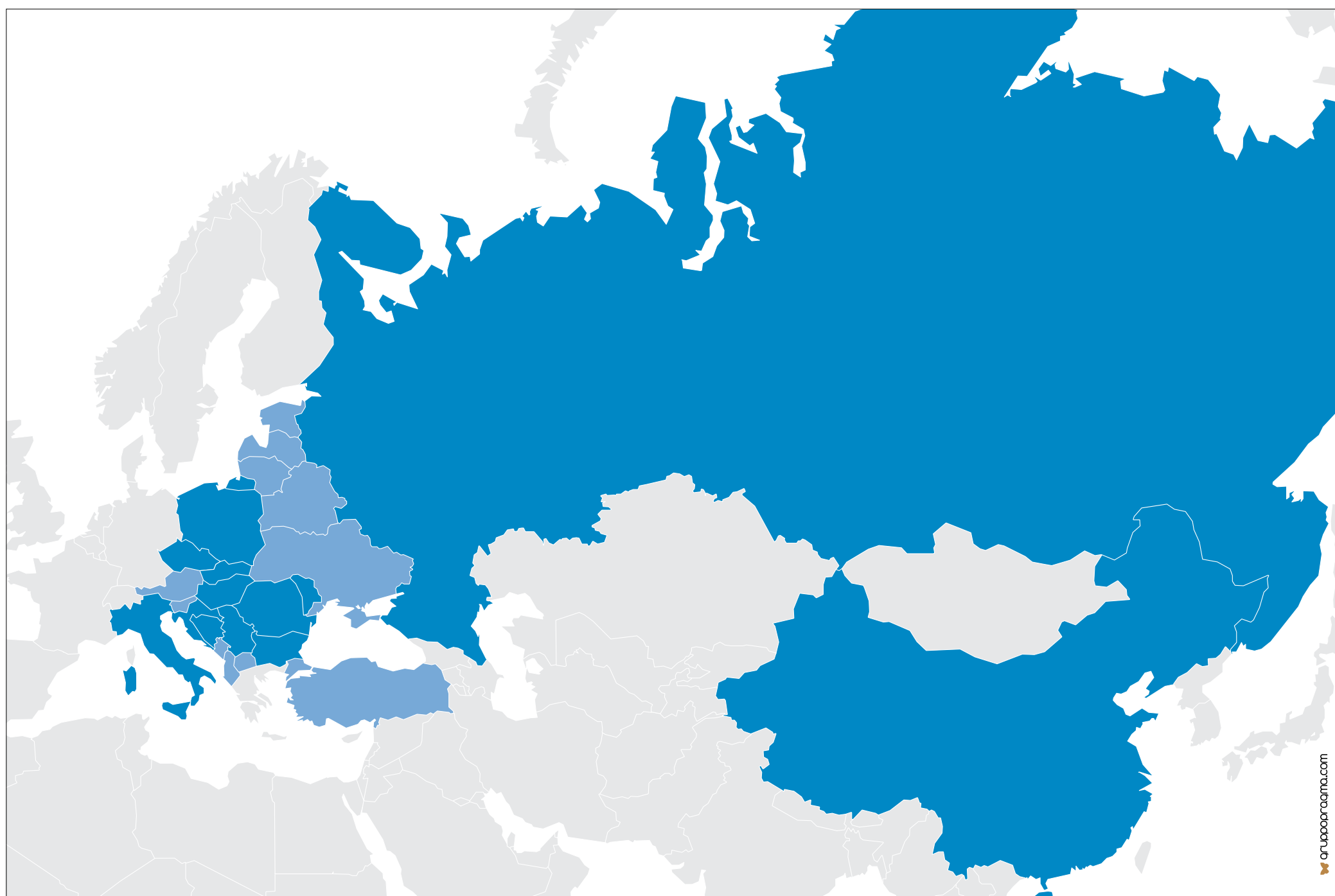
Per quanti hanno un progetto d'impresa, la CCIAA di Udine, attraverso la sua Azienda Speciale Ricerca&Formazione, propone i seguenti corsi:

- MARKETING
- DISTRIBUZIONE
- PROIEZIONI DI COSTI
- PROIEZIONI DI VENDITE
- NOZIONI DI FINANZA
- NOZIONI DI ECONOMIA
- FORME SOCIETARIE
- DIPENDENTI E COLLABORATORI
- SCRIVERE UN BUSINESS PLAN (I parte)
- SCRIVERE UN BUSINESS PLAN (II parte)
- PRODUZIONE

Referente: mauro.chiaruttini@ud.camcom.it

ORARIO DI APERTURA: dal lunedì al venerdì tutte le mattine dalle 09.00 alle 13.00 e i pomeriggi dal lunedì al giovedì dalle 14.00 alle 18.00

Informazioni e preiscrizioni online:
www.ricercaeformazione.it



www.cni-net.com



& PARTNERS GROUP



CONSULENZA STRATEGICA E SERVIZI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

- IC COMPANY CONSULTANCY AND PLANNING
- IC TAX CONSULTANCY AND PLANNING
- IC ACCOUNTING
- IC AUDITING BUDGETING AND REPORTING
- IC PAYROLL
- IC LEGAL SOLUTIONS
- IC GOVERNANCE
- IC TRANSFER PRICE
- IC EXPAT SOLUTIONS
- IC MEDIAZIONE



CONSULENZA MARKETING COMMERCIALE

- ANALISI DI MERCATO
- RICERCA PARTNER
- STUDI DI FATTIBILITÀ
- BUSINESS PLAN
- DOMICILIAZIONE COMMERCIALE
- EXPORT MANAGER
- SUPPORTO COMMERCIALE E LOGISTICO
- FORMAZIONE
- CERTIFICAZIONI E LICENZE
- TRADUZIONI E INTERPRETARIATO

Dalle strutture più ampie e complesse alle piccole e medie imprese, accompagnamo le aziende in ogni progetto di internazionalizzazione, in particolare nei Paesi dell'Europa Centro-Orientale, dell'area Balcanica, Russia e Cina. Il nostro network di professionisti parlanti e pensanti italiano garantisce alle imprese consulenze e servizi completi, altamente specializzati e personalizzati.

Sede centrale

Via Roma, 43 Int. 11/D 33100 Udine - Italia
T. 0039 0432 501591 - F. 0039 0432 228252
www.cni-net.com - www.icpartnersgroup.net

Direct office: Banja Luka / Belgrado / Bucarest / Budapest
Bratislava / Chisinau / Cluj / Tigu Mures / Mosca / Pechino
Praga / Rijeka / Shanghai / Shenzhen / Sofia / Timisoara / Varsavia

Partners in: Albania / Austria / Bielorussia / Estonia / Georgia
Lettonia / Lituania / Macedonia / Montenegro / Slovenia
Turchia / Ucraina

Il sito della Cciaa di Udine menzionato da Unioncamere nazionale tra i primi 9 progetti italiani nell'ambito della semplificazione

CAMERA DI COMMERCIO

WWW.UD.CAMCOM.IT

Un valore aggiunto

Il web udinese permette all'utente di reperire facilmente l'informazione e di condividerla

Il sito internet della Camera di Commercio di Udine? È una delle prime buone pratiche menzionate da Unioncamere nazionale, ossia quelle esperienze la cui ampia diffusione l'Unione italiana delle Cciaa ritiene possa rappresentare un reale valore aggiunto per chi il sistema camerale lo vive dall'interno e per chi, dall'esterno, è interessato a comprendere meglio cosa fa. E come.

Il progetto mira ad attivare un circuito virtuoso e continuo di condivisione delle progettualità in tanti campi di competenza del sistema, creando un "patrimonio comune" di modelli di intervento, metodi, soluzioni e riferimenti e alimentando un "bacino di idee" da cui ciascuno possa attingere per confrontare le esperienze di altre realtà, trarre spunti per innovare o sviluppare nuove azioni, consolidare sinergie, attivare collaborazioni su progetti di interesse comune. Tra questi, dunque, ecco anche www.ud.camcom.it, che ora trova il suo posto tra i primi 9 progetti italiani segnalati, nell'ambito semplificazione e e-government, nonché trasparenza e partecipazione. Gli obiettivi del progetto web udinese miravano a permettere all'utente di reperire facilmente l'informazione, condividerla e, grazie all'indicizzazione interna delle pagine, ottenere velocemente le notizie

correlate all'argomento di interesse. Il portale viene reputato una Buona pratica dall'Unioncamere poiché consente la gestione autonoma dei contenuti da parte dei referenti (redattori) camerale senza richiedere specifiche competenze tecniche di programmazione web grazie al Cms (Content management system, sistema per la gestione dei contenuti). Pur essendo notevoli e diversi esempi di Cms, il valore aggiunto del portale – spiega l'Unioncamere

Il portale consente la gestione autonoma dei contenuti da parte dei referenti camerale senza richiedere specifiche competenze tecniche

– risiede nel fatto che è basata su una piattaforma pensata

appositamente per le Camere di commercio, ossia Shark 2.0. «Realizzato in coerenza con gli standard internazionali e le normative nazionali – spiega la valutazione –, il portale è pensato in una logica user-centered, ossia basata sulle esigenze informative dell'utente e con le informazioni organizzate secondo tecniche semantiche. È una pratica sicuramente trasferibile e già diffusa, anche a livello di Sistema camerale; è stata già adottata anche per il

sito istituzionale di Unioncamere e alcuni suoi portali tematici, oltre che per circa 15 tra Camere di commercio e Aziende speciali». L'adozione della piattaforma Shark è diffusa nel Sistema camerale, e ciò consente di sviluppare economie di rete e fruire di innovazioni e aggiornamenti resi disponibili dalle esperienze realizzate nelle diverse Camere. «Quello che rileva – si legge ancora – è il fattore umano, inteso come la capacità di personalizzare,

sfruttare e valorizzare appieno il supporto tecnologico. Per questo, laddove si voglia adottare un approccio analogo, si raccomanda di sensibilizzare e formare adeguatamente il personale camerale, coinvolgendolo già nelle fasi di progettazione e implementazione del portale. I referenti dei vari uffici rappresentano infatti i primi destinatari del progetto, essendo i soggetti destinati a diventare protagonisti dell'attività di redazione dei contenuti a beneficio degli utenti finali del sito: imprese, professionisti, associazioni di categoria e tutti gli altri stakeholder». Come hanno spiegato gli Uffici della Cciaa di Udine che hanno sviluppato il progetto, infatti, «volevamo giungere a un sito istituzionale customizzato e facilmente accessibile con pochi clic e avere la tracciabilità di ogni singolo step necessario alla definizione dei contenuti redazionali». Una pratica collaudata già con il sito precedente e con un'esperienza che parte dalla fine degli anni '90, che è stata mantenuta e replicata con successo anche con il nuovo: le richieste di pubblicazione da ogni ufficio vengono veicolate da un programma specifico su un gestore documentale e trattate una per una garantendo tracciabilità, chiarezza su tempi, il chi-fa-cosa, visibilità differenziata.



L'OPERA

"Friuli, il gusto ha un cuore"

Gli artigiani del gusto in una collana

La collana, con l'aggiunta dell'ultima perla, è ora completa: il titolo dell'opera è "Friuli, il gusto ha un cuore". È stato presentato infatti il 17 dicembre il volume conclusivo delle pubblicazioni dedicate all'enogastronomia che hanno caratterizzato e scandito questo quinquennio della Camera di Commercio di Udine. L'ente camerale si è affidato all'esperienza e al guizzo creativo di Walter Filiputti per scandagliare il territorio, suddividendolo in cinque aree, alla ricerca di ristoratori e produttori, di quegli «artigiani del gusto», come li chiama lui stesso, che rendono grande la nostra tradizione e offrono enogastronomia «e sono simbolo dell'uomo-imprenditore friulano, portato a far tesoro del passato per reinterpretarlo con il cuore pronto all'innovazione, fortemente legato a un territorio ricco di sfaccettature, variegato, crocevia di pen-

sieri, culture e popoli», ha ricordato il presidente Giovanni Da Pozzo a Malborghetto, sede prescelta per la presentazione del volume che non a caso prende il nome di "Le Valli dei Tre Confini". La narrazione di questo ultimo volume parte da Gemona, punto di incontro fra le valli montane che chiamano al nord. Proprio come il libro, che risale la Val Canale, la Val Resia e il Canal del Ferro, approdando al Tarvisiano, presentato dalla sua preziosa foresta millenaria. Un territorio che ha colpito l'autore, come egli stesso spiega nel libro, soprattutto per tre fattori, «la convivenza pacifica di tre etnie, la sostenibilità e le donne», molte delle quali, dice, «hanno saputo cogliere le tendenze del momento, sia in campo alimentare sia in quello dell'ospitalità e della ristorazione. Non si lamentano. Sui loro volti non si legge la stanchezza, ma il pia-

cere del fare in quanto amano il proprio lavoro». Tanti temi da sviluppare, in questa serata speciale che è stata anche bilancio di un viaggio durato anni. «Io stesso, che pensavo di conoscere abbastanza bene la mia terra – ha detto l'autore –, ora affermo che la conoscevo molto meno di quanto immaginassi. Abbiamo incontrato centinaia e centinaia di persone tanto semplici quanto di straordinario valore. Persone che mi hanno arricchito al di là di ogni immaginazione e dalle quali ho imparato moltissimo e che, per tale motivo, ringrazio di cuore». E che in tanti hanno potuto ringraziare di persona alla presentazione, che si è conclusa come meritava l'evento, ossia con una degustazione che ha visto il coinvolgimento diretto di quegli stessi artigiani del gusto, dei produttori e dei ristoratori citati nella pubblicazione.

QUI SI MANGIA E SI PRODUCE FRIULANO

Tra targhe e opuscoli



Con 42 nuove Targhe assegnate nell'arco di 10 giornate nel corso del 2012, arriva a un totale di 118 Targhe "Qui si mangia e si produce friulano", il progetto, avviato a fine 2010, con cui la Camera di Commercio di Udine intende catalogare e conferire un segno di riconoscimento a quei ristoranti, trattorie e locali, ma anche aziende di produzione, che continuano a mantenere viva la tradizione della cucina friulana, sapendo offrire proposte anche innovative ma sempre con un marchio e delizioso carattere identitario. Un simbolo che la clientela possa individuare e apprezzare a prima vista: la Targa, che si presenta nella tradizionale veste con l'effigie del Beato Bertrando, emblema dell'ente camerale, vuole unire al "classico" un fattore competitivo aggiuntivo, dato dalla collaborazione e dall'interdisciplinarietà tra tutte le associazioni di categoria che rappresentano

commercio, cooperazione, artigianato, agricoltura di qualità. Il bilancio annuale dell'interessante percorso passa anche attraverso la realizzazione di 3000 opuscoli, che raccontano il progetto e si compongono di una parte mobile con le schede di presentazione dei locali aderenti che hanno manifestato la volontà di far parte della pubblicazione. Da qui l'occasione, dunque, per ricordare a chi ha già ricevuto la targa ed è interessato a far inserire nella brochure la "carta d'identità" del proprio ristorante o azienda, di prendere contatti in qualunque momento con l'Ufficio Promozione della Cciaa (promozione@ud.camcom.it). Quanto al progetto, anche qui le porte sono aperte alla valutazione di nuove adesioni: le modalità di partecipazione sono sempre consultabili sul sito www.ud.camcom.it e le richieste possono ancora essere indirizzate e presentate alla Cciaa di Udine.

PREMIO CAJAZZA

Il bando è online

È online il nuovo bando per il Promosedia International Competition – Caiazza Memorial Challenge, il premio al quale ogni anno partecipano centinaia di progettisti e designer under 35 di tutto il mondo e che per questa edizione dovranno inviare i propri elaborati entro il 15 giugno 2013 all'Asdi Sedia, partner di progetto sul territorio. Il bando, disponibile sul sito internet camerale www.ud.camcom.it, chiarisce tutte le modalità di partecipazione, con la proposta di modelli di seduta originali, concretamente realizzabili e che privilegino il legno come materiale, richiamando così più marcatamente la produzione friulana. La competizione vuole mettere in luce «la creatività e la progettualità dei giovani – spiega il presidente Da Pozzo –, che qui presentano una sintesi di quelle che saranno le linee guida del futuro in un settore tanto importante per la nostra economia, come quello del design legato alle sedie». E molti sono i giovani vincitori del Premio che in seguito sono diventati importanti designer internazionali, a riconferma del valore e della qualità del concorso.

La scorsa edizione del Caiazza ha visto assegnare il Primo premio a Massimo Guglielmotto, Paolo Mattiolo e Roberto Guardini per il modello Less, i due riconoscimenti speciali ad Antoine Soler (Francia) per Béquille e a Vittorio Venezia per Vinalil e anche quattro menzioni per progetti meritevoli. La premiazione è avvenuta nelle giornate del Salone del Mobile all'interno della prestigiosa sede dell'Adi nazionale, Associazione per il disegno industriale a Milano.





Associazione Italiana Sommelier
del Friuli Venezia Giulia

Corsi:

- per Sommelier
- Avvicinamento
al Vino
- di Cucina

*Un Sincero
Augurio di
Buone Feste*

*Una professione nuova
un'antica cultura
da riscoprire insieme.*

Informazioni ed iscrizioni:
Tel. 0432 204688
info@aisfvg.it - www.aisfvg.it
www.facebook.com/aisfvg

"Puntare sugli investimenti diretti": così Marco Bruseschi, vicepresidente della Cciaa presenta il Paese della ex Jugoslavia

CAMERA DI COMMERCIO

L'INTERVISTA

Un ponte verso l'est

La Serbia offre numerose vantaggi per chi cerca una porta d'accesso nei mercati più lontani

Tiziana Melloni

Ha trascorso alcuni giorni a Belgrado: come valuta la situazione della Serbia oggi dal punto di vista politico ed economico? Qual è a suo avviso il rischio - paese? Esistono potenziali di crescita?

Anche dopo le elezioni di maggio vinte da Tomislav Nikolic la situazione è di assoluta normalità. A Belgrado si respira un'aria da grande capitale europea, è una città aperta e vivace, in continuo movimento, che si sta rinnovando con imponenti opere pubbliche. Da parte sua Nikolic aveva subito annunciato che il Paese avrebbe avuto il suo corso europeo e d'altra par-



comparto tessile. L'orientamento che cerchiamo di indicare alle nostre imprese è di non delocalizzare, ma di mantenere gli headquarters dell'impresa in Italia aprendo nuovi stabilimenti in Serbia. Il Paese, anche dopo le guerre degli anni Novanta, è rimasto una cerniera nell'area dell'Est Europa. Per un'impresa del FVG, avere una testa di ponte in Serbia può costituire una porta di accesso per mercati più lontani e con forti prospettive di sviluppo.

Come valuta l'andamento del nostro saldo commerciale con la Serbia?

te questa è l'unica via per la Serbia di proseguire nella ricostruzione e nello sviluppo. Il rischio Paese è minimo ed i nodi rimasti (quello del Kosovo in primis) non inficiano le opportunità commerciali; è chiaro che da parte nostra occorre una dose di prudenza in più nell'affrontare certi temi con i partner.

Gli investimenti diretti esteri sono fortemente incentivati dal governo: esistono agevolazioni fiscali per le imprese che acquistano terreni, si insediano nelle zone industriali ed assumono personale locale. L'Italia è ben posizionata: siamo al terzo posto per investimenti diretti dopo Russia e Germania. In alcune zone della Serbia esistono dei cluster di settore in cui l'Italia è presente con imprese come la Fiat e come Benetton, Calzedonia, Pompea nel

Dopo i record raggiunti nel 2007 e nel 2008, abbiamo avuto un 2009 molto pesante; nel biennio 2010-2011 si è affacciata una certa ripresa, mentre il 2012 è stato modesto. La valuta locale, il dinaro serbo, è debole, il Paese non ha grosse riserve e deve mediare sullo sviluppo, stando attento a quanto importa dall'Europa. È prevedibile che l'export verso la Serbia non avrà un grosso seguito nei prossimi 10-20 anni; per le nostre imprese è più conveniente puntare agli investimenti diretti.

Come si sono sviluppate negli ultimi anni le relazioni politiche, commerciali e culturali tra FVG e Serbia?

Le relazioni con la Serbia sono molto buone sotto ogni punto di vista. A livello nazionale il governo Monti ha ratificato tutti

gli accordi che erano stati stipulati con il governo precedente. L'ambasciata italiana a Belgrado è uno dei nostri capisaldi diplomatici in tutta l'area balcanica. Anche la Regione Friuli Venezia Giulia è sempre stata molto attenta alle relazioni sia con il

Di recente è stata aperta una vetrina a Belgrado con i prodotti enogastronomici della Regione

Paese che con i singoli distretti con cui ha stipulato delle intese. Le visite e gli scambi sono sempre molto intensi.

Quali sono i principali settori in cui è attivo l'interscambio? Ci sono delle eccellenze?

La metallurgia è tradizionalmente il settore di punta dell'interscambio. Qui abbiamo delle realtà come il gruppo Fantoni (pannelli in fibra) ed il gruppo Vescovini (automotive) che hanno come mercato non solo la Serbia ma anche la Turchia ed altri Paesi emergenti dell'area. Esiste in Serbia ancora dai tempi dell'ex Cortina di ferro un "cluster" del metallo con un know how molto elevato.

Anche il comparto del legno ha il suo peso, con accordi im-

portanti per l'export di materiali pregiati destinati ai distretti del mobile del FVG. Tra i settori con forte potenziale di sviluppo vedo quello dell'energia e dell'ambiente (discariche, centrali idroelettriche, minicentrali) in cui il FVG può sicuramente giocare una buona carta.

Qual è il ruolo delle rispettive Camere di commercio nel promuovere gli scambi economici, politici e culturali?

Le nostre Camere di commercio, con le aziende speciali Iter (Ud), Aries (Ts) e Concentro (Pn), sono molto attive nella partnership con la Camera di Commercio di Belgrado ed anche di altre città serbe. Sono in corso progetti di collaborazione sia a livello istituzionale che a livello imprenditoriale. Promuoviamo fortemente il territorio del FVG, di recente abbiamo aperto una vetrina a Belgrado con i prodotti enogastronomici della Regione. Anche il turismo non è da sottovalutare: la recente normativa che ha tolto l'obbligo del visto sul passaporto potrebbe invogliare i cittadini serbi che si possono permettere una vacanza all'estero a venire in FVG.

Cosa consiglierebbe ad un imprenditore del FVG che volesse esportare in Serbia?

Il primo passo da fare per chi vuole guardare ad Est è quello di venire in Confindustria ed in Camera di Commercio per raccogliere tutte le possibili informazioni. Esiste una rete di conoscenze solida e sperimentata che permette alle piccole imprese di progettare al meglio la loro espansione all'estero. Le nostre istituzioni camerale hanno accumulato un notevole valore aggiunto in tal senso, che offre alle aziende della Regione una marcia in più per iniziare a lanciarsi sui mercati oltreconfine.



La firma dei memorandum con i rappresentanti della Voivodina

IN CIFRE

Export in leggera crescita

I rapporti commerciali tra Friuli Venezia Giulia e Serbia offrono dati confortanti per le nostre imprese. L'export dalla nostra regione è cresciuto nel 2011 del 4,21%, dato realizzato in particolare da Udine (9%) e Trieste (18,5%), che insieme rappresentano oltre il 60% dell'export regionale verso la Serbia; meno bene Gorizia e Pordenone. Nel complesso, il saldo commerciale del Friuli Venezia Giulia con la Serbia è stato positivo nel 2011: 63,7 milioni di euro di esportazioni contro 29,4 milioni di euro di importazioni, ma siamo ancora lontani dai livelli pre-crisi: nel 2008 le esportazioni avevano superato i 100 milioni di euro, con un saldo positivo della bilancia commerciale pari a 57 milioni di euro. Dal Fvg si esportano in Serbia soprattutto prodotti della siderurgia e macchine per impieghi speciali, mentre si importano metalli, macchine per impieghi speciali e apparecchi per uso domestico. Nel dettaglio, le importazioni di metalli di base preziosi, altri metalli non ferrosi e combustibili nucleari costituiscono quasi il 30. Dal lato delle esportazioni, i prodotti siderurgici costituiscono il 9,5% e così pure i macchinari speciali. Il Fvg realizza buoni risultati nell'export di apparecchiature destinate al settore medico. Fuori dal settore meccanico, altri comparti importanti per l'export sono quelli dei mobili e della chimica di base, fertilizzanti, gomme e plastiche.

ECCellenze

Format rinnovato

Un anno di successi, il 2012, per Eccellenze friulane in tour, il progetto della Cciaa che porta in aree strategiche d'Europa un assaggio della miglior produttività, cultura e attrattività made in Fvg. E sulla scia di questi riscontri, il collaudato format si prepara già a scaldare i motori per tante novità nel 2013. Dopo due tappe a Vienna e Amsterdam (riconfermata anche per prossimo anno) e pure a Salisburgo e Bruxelles, ecco che la formula si rinnoverà con una marcata attenzione all'agroalimentare, prendendo spunto dal nuovo programma già sperimentato con ottimo esito proprio nell'ultima tappa 2012 a Bruxelles. In primavera si riprenderà il viag-

La formula avrà una marcata attenzione all'agroalimentare

gio, concentrando l'attenzione senza dubbio sull'area di riferimento, quella dell'Alpeadria, che sarà affiancata da un mercato emergente da individuarsi con l'accordo di tutti i partner. In prospettiva, ci sarà anche la valutazione del mercato francese, data la positiva esperienza a Sial Parigi. In vista del nuovo Salone, che si terrà nel 2014.

ASSONAUTICA NEWS

Il problema di Aprilia Marittima

Accelerare i dragaggi



cia - così come la manutenzione ordinaria della laguna, un patrimonio naturalistico tra i più belli a livello europeo che

Appello per salvare l'economia locale e prevenire eventuali danni ambientali

rappresenta un'importante risorsa anche per lo sviluppo turistico del nostro territorio con infinite possibilità di scoperta e valorizzazione», hanno manifestato anche preoccupazione per i possibili danni ambientali. «Vista la precaria condizione di alcuni tratti degli argini - hanno evidenziato - se i canali si riempiono, c'è an-

che il rischio di inondazioni per i territori limitrofi. Un serio pericolo dunque anche dal punto di vista ambientale che richiede un'attenzione concreta e non più rimandabile». Dal canto suo, il presidente Puntin ha sottolineato i livelli di eccellenza raggiunti in particolare dagli operatori della nautica, «un know-how che ci distin-

I costi delle perdite: nel 2012 nella zona di Lignano il gasolio consumato è stato il 50% in meno

gue a livello europeo tant'è che i proprietari che hanno trasferito le barche in Croazia - ha reso noto Puntin - si rivolgono ancora ai nostri operatori per le operazioni di rimessaggio». «Se la laguna resta così muore - ha rimarcato Puntin - e il rischio di un mancato intervento è quello di disperdere un'importante ricchezza. Le componenti negative sono già evidenti: basti pensare che nel 2012, nella zona di Lignano, il gasolio consumato è stato il 50% in meno rispetto alle precedenti annualità». Compromessa anche la situazione della pesca con le barche costrette a uscire in base all'andamento delle maree per evitare di rimanere incagliate. «Anche la pesca in laguna - hanno concluso Fontanini e Ioan - va ripensata potenziando, ad esempio, le valli destinate agli allevamenti. Una riconversione verso un modello alternativo assolutamente necessaria».



Eventi live musicali e pernottamenti legati agli skipass: Regione, Promotur e albergatori cercano così di invogliare il turista

ATTUALITÀ

LA STAGIONE INVERNALE



133 chilometri di piste e 74 tracciati



I party live in alta quota di Turismo FVG animeranno i poli di Tarvisio il 18 e 19 gennaio, lo Zoncolan il 26 e 27 gennaio e Piancavallo il 2 e 3 febbraio. Inizieranno dal primo pomeriggio e vedranno alternarsi fino a sera dj sulle piste, concerti gospel, degustazioni, esibizioni di snowboard e sci free style, competizioni di live painting, regali e animazione per bambini.



Sono tanti i fiori all'occhiello che Promotur può vantare. I sei poli gestiti dall'Agenzia regionale - Tarvisio, Sella Nevea, Ravasletto-Zoncolan, Sauris, Forni di Sopra e Piancavallo - nel campo dello sci alpino, mettono a disposizione ben 133 chilometri di piste e 74 tracciati, adatti a tutte le capacità individuali, dai più facili percorsi "blu" a quelli "neri", maggiormente impegnativi.



www.promotur.org si rivela sempre uno strumento efficace. Il portale, da fine ottobre, è stato ridisegnato integralmente ed è diventato ancora più bello e funzionale, con la possibilità di prenotare i soggiorni alberghieri negli ambiti turistici dei poli, grazie alla integrazione con il sito istituzionale dell'Agenzia Turismo Fvg. Il web 2.0 di Promotur è stato premiato al concorso "Web Italia 2012" nella categoria "Turismo".

Non solo sci e neve ecco tutte le novità

David Zanirato

Agganciare i pernottamenti agli skipass; esaltare i poli regionali attraverso le alternative allo sci classico e lanciando poi grandi eventi di intrattenimento sulle piste; pubblicità mirata puntando soprattutto ai mercati esteri. Queste le leve sulle quali la promozione turistica regionale punta ad accrescere le pre-

Il mercato guarda soprattutto all'estero - Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria, Russia

senze sulle nevi del Friuli Venezia Giulia in questa stagione invernale 2012/2013. "Stiamo lavorando per essere più competitivi nei momenti di stacca della stagione, ovvero dopo l'Epifania - illustra il direttore generale di Turismo Fvg Edi Sommariva - è quello il nostro tallone d'Achille rispetto alle altre località alpine: per farlo abbiamo impostato una politica dei prezzi articolata con la quale pensiamo di recuperare terreno; assieme a Promotur e agli albergatori abbiamo stretto l'accordo per invogliare il turista, non solo quello nostrano, a fermarsi una notte in Regione con in cambio lo skipass gratis". Accanto a ciò si è

spinto per rendere più attrattiva l'offerta "alternativa" e quindi di attenzione particolare ai circuiti per lo sci di fondo e per lo scialpinismo, il tutto con la garanzia della massima sicurezza che solo in questo lembo di Alpi tocca tali livelli. "Per richiamare e fidelizzare i nostri utenti ai vari poli da gennaio lanceremo poi - spiega ancora Sommariva - almeno tre eventi musicali e di intrattenimento live che si terranno in quota, con beneficio per gli operatori turistici locali ed anche per l'attrattività del territorio. Attraverso il dinamismo, le opportunità e la gastronomia cerchiamo in sostanza di riposizionarci nel mercato. Un mercato che guarda soprattutto all'estero - Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria, Russia - visto che con l'attuale congiuntura economica sappiamo che gli italiani non hanno soldi da spendere per il turismo, portando quindi partenze e presenze al minimo. Il nostro obiettivo è quello di superare le 300 mila unità della scorsa stagione con un 5-10 mila presenze in più". Negli ultimi 25 anni solamente in due circostanze gli impianti sciistici del Friuli Venezia Giulia hanno aperto i battenti già dall'8 dicembre, con un fine settimana "valutato positivamente" dai vertici Promotur: "si può dire che siamo partiti con il piede giusto in rapporto alle condizioni generali del comparto - afferma Manlio



Petris, direttore generale della neo agenzia regionale - il sistema sta segnando una contrazione dei consumi rilevanti ma noi ci stiamo difendendo ed anche la tendenza ipotizzata per le prevendite ha confermato le aspettative, i ricavi sono in linea con l'anno passato vista la revisione dei prezzi mentre in termini di presenze il dato segna -12%. Una stagione quella 2012/2013 per Promotur che vede diverse novità, tra cui il collegamento in quota tra i caroselli del Monte Lussari e il Florianca a Tarvisio, grazie a una nuova seggiovia quadriposto da 800 metri di lunghezza e portata oraria di 1.200 persone, e sempre a Tarvisio la nuovissima Area divertimento, collocata nella piana dell'Angelo, fra Tarvisio e Camporosso. Pronti infine anche gli albergatori: "Stiamo andando a rallentatore ma credo che, ne-

ve permettendo, riusciremo a difenderci anche quest'anno - interviene Paola Schneider, operatrice turistica di Sauris e presidente regionale di Federalberghe - Incominciamo ad avere le prime prenotazioni per Natale, ma soprattutto per Capodanno - spiega la Schneider - poi per gennaio ed i mesi successivi siamo ancora a livello di corrispondenza e richieste di informazione perché in molti attendono sempre l'ultimo momento. Come sempre molto dipenderà dalle nevicate - prosegue - che favoriranno o meno pernottamenti e weekend, anche se saranno i bilanci familiari a giocare il peso maggiore nelle scelte delle vacanze o dei ponti; si spera infine che anche quest'anno la Regione confermi i finanziamenti per il trasporto in favore degli studenti che verranno a soggiornare per le settimane bianche".

TRASPORTI

Situazione critica in provincia di Udine

Chiesto l'intervento della politica europea

La situazione dei trasporti in Regione e in Italia è drammatica. Negli ultimi cinque anni in Regione hanno chiuso i battenti 850 aziende del settore degli autotrasporti e sono stati bruciati circa 2200 posti di lavoro - è quanto afferma Pierino Chiandussi, Presidente regionale Confartigianato Trasporti e Vice Presidente nazionale Confartigianato Traspor-

La concorrenza sleale degli Stati membri, con costi inferiori del 40%, spinge le nostre aziende alla chiusura

ti -. Questa è una situazione di crisi che si protrae da anni. Le cause sono molteplici: la sempre maggiore pressione fiscale, la crescente difficoltà di accesso al credito, la concorrenza sleale degli Stati membri che con costi inferiori del 40% spingono le nostre aziende o all'illegalità o alla chiusura, la mancanza di politiche economiche efficaci. È bene ricordare che - continua Chiandussi - le Piccole Imprese sono una risorsa importantissima per il nostro Paese e le risorse umane nelle PMI realizzano oltre il 70% del Prodotto interno lordo. Chiedo pertanto all'Europa e alla politica più concretezza. Ora è quanto

mai necessario un intervento repentino che porti all'intero comparto etica e tutela, maggiore credito alle imprese e meno burocrazia". Dello stesso avviso sembra essere Bernardino Ceccarelli, Presidente del Gruppo delle Imprese Trasporti e Logistica dell'Associazione Piccole e Medie Industrie di Udine. "L'anno che si avvia a conclusione è sicuramente uno dei più difficili che il settore dei trasporti e della logistica in Friuli abbia attraversato - è quanto dichiara Bernardino Ceccarelli - Il trend segna una marcata contrazione dei traffici e del fatturato, in scia, del resto, a quanto già rilevato fino a giugno, quando si è accusata una contrazione fra il 4% e il 5%. Il fenomeno è del resto comune anche alle altre modalità di traffico, almeno sul piano nazionale, con particolare riguardo a quella ferroviaria, e ciò conferma il generale stato di difficoltà di tutto il sistema trasportistico italiano e locale. Il trasporto stradale e la logistica scontano sicuramente debolezze intrinseche, come l'eccessiva frammentazione e un apparato di norme di tipo conservativo e non orientato allo sviluppo e crescita delle imprese. Per di più, a differenza di alcuni settori manifatturieri, quali l'industria meccanica, che riescono in parte a compensare con l'export la caduta della domanda interna, per il settore dei trasporti non vi è questa possibilità, in quanto, per le ra-



gioni che nel tempo più e più volte sono state espresse, esso è pesantemente svantaggiato, nei traffici internazionali, dalla concorrenza dei vettori dell'Europa centro-orientale, a causa degli strutturali squilibri di costi esistenti sia entro, sia fuori l'Unione Europea. Per questo motivo la ripresa della domanda interna - conclude il presidente del Gruppo delle Imprese Trasporti e Logistica dell'API di Udine - è vitale anche solo per la semplice tenuta delle imprese di trasporto e logistica friulane. Ma è altrettanto vitale che le imprese sappiano, nonostante tutto, strutturarsi e organizzarsi, per offrire servizi integrativi, che assicurino quel margine di competitività rispetto ai vettori esteri e il valore aggiunto che quella non riesce da tempo a garantire".

Molto preoccupato dell'attuale situazione sembra esse-

re Enrico Rosina, Capogruppo Trasporti e Logistica Confindustria Udine. "Il mondo del trasporto del Friuli Venezia Giulia sta risentendo della flessione del mercato interno e delle esportazioni e, in aggiunta, sta pure subendo la concorrenza dei Paesi stranieri dell'Est Europa, sempre sleale a causa dei differenti costi strutturali, come ad esempio il costo del carburante/accise oppure il costo del personale - è quanto afferma Enrico Rosina -. Con queste premesse è un dato di fatto l'ulteriore contrazione delle nostre aziende di trasporto: sono in costante diminuzione e non ne stanno nascendo di nuove. Perdiamo così professionalità e capacità organizzativa; il tutto a discapito di una futura ripartenza dell'economia e a discapito delle entrate per lo Stato italiano e della Regione. È bene infatti sottolineare che ogni azienda che chiude oppure ogni azienda che delocalizza in altri Stati diminuisce la capacità contributiva verso lo Stato e la Regione, vedi IVA e tributi vari. È auspicabile quindi - ha concluso il capogruppo Trasporti e Logistica Confindustria Udine - una forte ristrutturazione del comparto. Non tutto è perduto: sono fondamentali leggi mirate per riequilibrare la libera concorrenza europea, da tutti noi voluta, affinché venga premiata, a parità di regole, la professionalità delle nostre imprese".

Giada Marangone

Pernottamenti in calo, promozione discutibile secondo qualcuno: gli agriturismi cercano il rilancio

ENOGASTRONOMIA

IL COMPARTO

Viaggio nelle tipicità

584 le strutture: c'è chi punta alla certificazione biologica, chi punta anche alla vendita diretta

Adriano Del Fabro

Nella nostra regione, il comparto agriturismo continua a crescere, seppure in maniera contenuta. Nel 2010, erano 553 le strutture attive che, nel 2012, secondo i dati pubblicati da Ersu Fvg, sono salite a 584 (20.413 in Italia), di cui 40 con certificazione biologica (in altre regioni: Basilicata, Lazio, Campa-

Turisti aziendali ed esteri in calo "servirebbero più iniziative legate all'incoming"

nia, il trend è opposto). I posti letto disponibili sono 3.699 e i posti tavola ben 24.261. Quindi, parrebbe, l'agriturismo attira ancora investimenti e turisti. In realtà, i dati regionali sui movimenti turistici del 2012 non sono ancora disponibili, ma quelli nazionali diffusi da Agriturist, sono assai poco in-



coraggianti. Rispetto al 2011, per quanto riguarda i pernottamenti, il settore agriturismo italiano ha perso l'1,9 per

cento a luglio; il 6,9 per cento ad agosto e il 19,3 per cento a settembre.

«Anche in Friuli Venezia Giulia segnaliamo una flessione sia nell'utilizzo delle camere che nella ristorazione - spiega Maria Pia Bianchi, presidente regionale di Agriturist con un proprio agriturismo a San Vito al Tagliamento -. Le vacanze durano solo pochi giorni e c'è una diminuzione non solo del numero dei turisti, ma anche degli addetti all'indotto manifatturiero, edile, metalmeccanico e degli altri settori produttivi che utilizzano gli agriturismi per i pernottamenti fuori sede aziendale. Insomma, la crisi si fa sentire a tutti i livelli, attività agrituristiche comprese. In ogni caso - prosegue Bianchi - è in atto un'evoluzione del settore che porta a sviluppare la commercializzazione diretta

attraverso l'apertura di punti vendita, punti degustazione e attività di prima trasformazione dei prodotti agricoli. In merito, penso che l'aggiornamento legislativo approntato circa un anno fa dalla Regione sia stato utile a creare un circuito attivo tra aziende e a rafforzare la rete della ristorazione che offre menù tipici e composti con prodotti locali. Anche il lavoro di Turismo Fvg sta dando buoni frutti e segnali importanti in merito alla promozione (da non sospendere) e al rafforzamento di tutte quelle che sono le potenzialità offerte dal web».

Più critico il punto di vista di Giuliano Masarotti, presidente di Turismo Verde e titolare di un agriturismo a Pradamano. «La promozione dell'agriturismo del Friuli Venezia Giulia è assai carente. Pare che il setto-

re sia stato dimenticato da tutti. Un esempio? Turismo Fvg sta facendo troppo poco per promuovere le attività ricettive rurali e il sito specializzato e visitatissimo, che era gestito dall'Agenzia regionale dell'agriturismo (www.agriturismofvg.it), è passato all'Ersa tre anni fa, ed è praticamente oscurato. Non c'è solo la crisi economica in corso che, ovviamente, lambisce in profondità anche il nostro comparto - insiste Masarotti -, ma c'è una burocrazia e una situazione dei controlli che ci soffoca. Le attività di dimensioni ridotte quali sono, generalmente, le nostre, non possono essere gestite come un'industria. Spesso, inoltre, la mano destra non sa quello che fa la sinistra e anche i numerosi controlli, pur doverosi, non sono in alcun modo coordinati. In questi anni, inoltre, i costi fissi di gestione sono lievitati costantemente e in maniera pesante. Di converso, sono diminuiti i turisti e i consumi, anche alimentari. Bisognerebbe insistere nella promozione del nostro territorio all'estero, soprattutto con iniziative legate al turismo di incoming, ma mi pare che, in merito, si stia facendo ben poco».

«I tempi sono difficili per tutto e per tutti - conferma Paolo Paolini, titolare di un agriturismo a Spessa di Cividale del Friuli e presidente regionale di Terranostra -. In ogni caso, molte aziende agricole ritengono che integrare la propria attività d'impresa con l'agriturismo resti una possibilità di realizzare nuovo reddito. Io credo che il 2012, comunque, sia da considerarsi un anno moderatamente positivo per il nostro comparto con alcuni segnali di cambiamento. A esempio - spiega - sono in riduzione gli ospiti stra-

Terranostra ha messo a punto un'applicazione per telefonini e tablet con la quale è possibile trovare tutti gli agriturismi

nieri mentre crescono quelli provenienti dalle altre regioni italiane. È cambiata pure la percezione che gli stessi turisti hanno dell'attività agricola e dell'ospitalità agrituristiche, anche grazie al profondo lavoro svolto negli anni passati da Coldiretti con il suo progetto di Campagna Amica. Agli occhi dei cittadini, siamo i curatori, i guardiani del territorio, quindi vengono volentieri in azienda per vivere da vicino esperienze di acquisto diretto o relax. Anche io penso - conclude il presidente di Terranostra - che sulla promozione del comparto bisognerebbe fare più sforzi e chiarezza. Il rimpallo di competenze tra Turismo Fvg ed Ersu, forse, non ci giova. Io preferirei che la promozione dell'agriturismo fosse definitivamente assegnata all'Ersa e che, di conseguenza, si avvii una forte azione promozionale per le nostre strutture e il territorio regionale, senza tralasciare alcun mezzo di comunicazione. La nostra associazione, a esempio, ha appena messo a punto un'applicazione scaricabile gratuitamente per telefonini e tablet (iTerranostra) con la quale è possibile trovare tutti gli agriturismi italiani (associati a Terranostra, naturalmente), con la geolocalizzazione e tutte le informazioni principali sulle loro caratteristiche di ospitalità».



IL RISTORANTE DEL MESE

La Nicchia

I profumi della Sardegna

La cucina della Sardegna. Ma anche i vini dell'isola nel cuore del Friuli. Una scommessa rischiosa che sta pagando. Siamo a un passo dal centro di Udine. Inizio di via Gemona, alle spalle l'Università, civico 15, La Nicchia. Fanno tutto loro due, Massimo e Silvia. Lui è il sardo, lei la friulana. Massimo Di Prisco arriva da Bitti, provincia di Nuoro. Silvia Canton è di San Daniele. Si sono conosciuti nell'estate del 2000, proprio in Sarde-

gna. Silvia animatrice, Massimo al lavoro in cucina, come da tradizione familiare: la mamma produce pasta fresca, gli zii sono panificatori. «Avevo dei contratti in Germania, lei mi ha seguito», racconta Massimo. E prosegue: «Dopo la Germania, l'Austria, con Carlo Dall'Ava che ci ha dato una grande mano e ci ha insegnato tantissimo».

Quindi, nel 2006, sono arrivati il matrimonio e l'apertura del locale udinese, trasformato

da osteria a ristorante. La cucina? «Rigorosamente sarda». Il menù cambia spesso. Questa è la stagione dei macarrones de

Tra i secondi spicca il maialeto, cotto per quasi 8 ore a 75 gradi

busa, pasta di semola di grano duro tirata con un ferro da calza servita con i carciofi spinosi sardi e la bottarga; dei tagliolini neri con ricotta di pecora affumicata sempre con la bottarga; dei culurgiones di Tertenia, ravioloni cuciti a forma di spiga, piatto tipico dei matrimoni.

E ancora non mancano mai i malloreddus alla campidanese, i classici gnocchetti sardi con la salsiccia sgrassata aromatizzata al finocchietto, pomodorini e pecorino. Mentre, tra i secondi, La Nicchia offre il maialeto, «lattonzoli di cinque-sei chili - spiega Massimo - preparati a bassissima temperatura, 75 gradi, quasi 8 ore di cottura». Quindi, a seconda delle stagioni, agnello, capretto, cinghiale al canno-nau, carne d'asino della provincia di Sassari, la fregola, «una pasta di grano duro tipica del

Sud dell'isola, che a noi piace pensare sia un'evoluzione del cous cous, servita col pesce, crostacei in genere, e fiumi di bottarga».

I dolci? Le tipiche seadas con semola, formaggio e miele, ma anche elaborazioni fatte in casa: i semifreddi al mirto, le mousse con torrione e miele sardi, la pasticceria di tutte le zone dell'isola. Dei vini si occupa in particolare Silvia, in visita alle cantine per rifornire l'azienda di sei-sette etichette che ruotano nel corso dell'anno.

Piccola e accogliente, la Nicchia mette a disposizione anche il bancone del bar e uno spazio bottega dove poter acquistare i prodotti sardi: pasta, pane, marmellate, olive, tonno, salumi particolari. I coperti sono circa una trentina. Ed è pure possibile, fanno sapere Massimo e Silvia, portare a casa il maialeto e tutti gli altri piatti, caldi e freddi.

A pranzo si riesce a mangiare con 10 euro (due portate), a cena si spende attorno ai 30-35 euro. Dal lunedì al sabato la cucina è aperta fino alle 15, le cene sono concentrate nel fine settimana: da giovedì a sabato il locale è aperto anche dalle 18 a mezzanotte. Per prenotare telefonare allo 0432/204070. **Marco Ballico**



VIA DEI SAPORI

Ramandolo "in concerto"

Una folla allegra, golosa e curiosa ha partecipato al Concerto del gusto dell'Oro di Ramandolo organizzato a Nimis e nella sua frazione di Ramandolo da Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori e dall'Associazione Produttori di Ramandolo, in occasione dell'ultimo atto della vendemmia, la spremitura delle uve di questo pregiatissimo e dolce vino DOCG, vanto del Friuli. Così, con un grande e spettacolare evento condiviso con la terra del Ramandolo e i suoi protagonisti, si è conclusa l'annata 2012 delle Cene-spettacolo ideate dal sodalizio presiedu-

to da Walter Filiputti. Un Concerto del Gusto itinerante, in 4 tappe in altrettante cantine-auditorium più un preludio (l'aperitivo alla Trattoria Lis Campanellis di Nimis) e un Gran Finale al Ramandolo Club, con il Banco d'assaggio dei Ramandolo di tutte le aziende della zona e i dolci. In ciascuna delle 4 cantine dove si stava spremendo il Ramandolo (Merlino, Zaccomer, I Comelli, La Roncaia) c'era ad accogliere gli ospiti 5 chef di Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori, che hanno cucinato in diretta piatti inediti ispirati all'autunno. Ad esibirsi sono stati gli chef dei ristoranti Ai Fiori di Trieste, Al Bagatto di Trieste, Al Ferarut di Rivignano, Al Lido di Muggia, Al Paradiso di Paradiso, Al Ponte di Gradisca d'Isonzo, All'Androna di Grado, Carnia di Venzone, Costantini di Tarcento, Da Nando di Mortegliano, Da Toni di Gradiscutta, Devetak di San Michele del Carso, La di Moret di Udine, La Primula di S. Quirino, La Subida di Cormòns, La Taverna di Colloredo di M. Albano, Sale e Pepe di Stregna, Vitello d'Oro di Udine e FriulTrota di San Daniele con le sue gelosità.



Friuli Future Forum

#UDINESMART

Cultura digitale

Una due giorni di full immersion nel mondo del web e dell'innovazione

Anche Friuli Future Forum è stato tra le sedi prescelte per ospitare #Udinesmart, la «piccola Innovaction», come l'ha definita l'assessore Paolo Coppola del Comune di Udine, ente organizzatore della due-giorni di full immersion nel mondo del web e dell'innovazione, sostenuta anche da Ditedi (Distretto delle tecnologie digitali), Camera di Commercio, Visionario e che ha visto la partecipazione di un nutrito pool di realtà come Credifriuli, eFlux, Confartigianato Udine, Telecom Italia, Free Luna social wi-fi, Friuli Innovazione e Rino Snidero Scientific Foundation. Il coordinamento tecnico-scientifico del progetto, messo a punto dall'ufficio comunicazione del Comune, è stato affidato a Giorgio Jannis (coordinatore), Paolo Bolpet e Simone Pukšic. La rete, l'in-

novazione e la digitalizzazione non sono solo un tema centrale che le istituzioni devono saper affrontare per aumentare l'efficienza e la velocità di risposta nei confronti di cittadini e imprese, ma sono anche tema centrale per le aziende stesse, che permette loro di scommettere sul futuro con strumenti e modalità adeguate. Di qui il supporto della Cciaa, che ha riconosciuto in #Udinesmart un evento in grado di focalizzare l'attenzione sulle proposte con più «profumo di futuro». Gli appuntamenti nella sede di FFF si sono concentrati sugli aspetti legati più strettamente alla comunicazione e alle imprese, con i protagonisti del giornalismo e dei new media e con gli esperti delle nuove tecnologie applicate alle attività produttive, tra aspetti promozionali, tecnici e giuridici.



BILANCIO 2012 DI FFF

1500 partecipanti ai corsi

Con 54 giornate d'apertura per eventi propri, 26 eventi in collaborazione e 32 realizzati da enti del territorio, si conclude con tanti successi il 2012 per Friuli Future Forum nella sua sede di via Calzolari 5 a Udine. Un luogo che si è affermato sempre più e che ha visto nell'anno oltre 1500 attentissimi e partecipi «studenti» agli appuntamenti che hanno spaziato dal design all'innovazione al cibo, con un accento particolare su quest'ultimo, prima «coniugazione» di Friuli Future Forum. Si è partiti dalle basi, ossia dal pane: ed ecco emergere anche l'esigenza di una maggior consapevolezza sulla provenienza e la lavorazione di questo alimento cardine della «dieta» occidentale. E poi si sono trattati tanti altri temi, dal formaggio al miele, dai vini all'olio, dall'etichettatura alle erbe, fino al grande tema di fondo, la qualità della vita letta attraverso il rapporto cibo & salute, per un approccio innovativo che ha a cuore ciò che è bello e buono, sì, ma anche e soprattutto ciò che è sano. E per il 2013? Tenete sotto controllo il calendario: <http://www.friulifutureforum.com/calendario>.

Friuli Future Forum

cal

Iniziative in sede

via dei Calzolari 5 - Udine

DESIGN

Mini eventi	Design2013 Quali input per il nuovo anno? Per operatori	gennaio
	Dalle reti al Peer to Peer L'architettura logica di rete nel settore arredo Per operatori	febbraio

GREEN ECONOMY

Mini eventi	Il punto della situazione con le aziende Con il coinvolgimento di aziende produttrici friulane Per operatori	febbraio
	Comunicare "green" La comunicazione sostenibile Per operatori	febbraio

INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Mini eventi	User-generated content Imparare a comprendere il linguaggio delle tecnologie 2.0 Per operatori	gennaio
-------------	---	---------

LABORATORI CON GLI STUDENTI

Cidi di incontri	Incontri tra studenti ed imprenditori sulla cultura d'impresa Cosa sanno i nostri ragazzi sulle aziende friulane? Per studenti	febbraio
	Forum di idee sul futuro Con il coinvolgimento di giovani under 25 Aperto a tutti	febbraio

VOCI DI IMPRESA

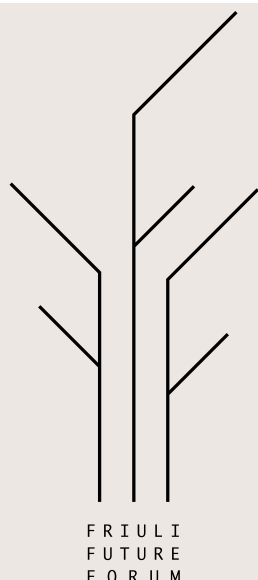
Cidi di incontri	30 minuti con... Storie di eccellenza raccontate in prima persona Aperto a tutti	febbraio
------------------	---	----------

CIBODUEMILAVENTI

Cidi di incontri	L'anno nuovo: la cucina del giorno dopo Aperto a tutti	gennaio
	Innovazione tecnologica in cucina Aperto a tutti	gennaio
	L'evoluzione della cucina di stagione Aperto a tutti	gennaio
	La brovada: innovazioni sul tema Aperto a tutti	gennaio
	Social network: nuove opportunità di comunicazione Per operatori	gennaio
	Dall'allevamento alla tavola con rispetto e qualità Aperto al pubblico	febbraio
	Lavorazioni della carne di maiale: la "pestadice" Aperto al pubblico	febbraio
	Il radicchio: dalla terra alla tavola Aperto al pubblico	febbraio
	Cioccolato, caffè e vino: fanno male o fanno bene? Aperto al pubblico	febbraio

Prenotazione obbligatoria fino ad esaurimento posti

Per date e orari aggiornati consultate sempre
www.friulifutureforum.com



FRIULI
FUTURE
FORUM

Per date e orari aggiornati
consultate sempre
www.friulifutureforum.com

Sede:
via dei Calzolari 5 - Udine

Twitter:
@friuliforum

Facebook:
www.facebook.com/friulifutureforum

Sito internet:
www.friulifutureforum.com

E-mail:
info@friulifutureforum.com



01-02/2013

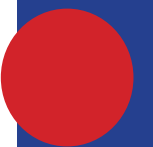


TONIUTTI INFISSI srl
 San Daniele Del Friuli
 Udine - Italia
 Via San Martino, 15

www.toniutti.it
info@toniutti.it
 Tel: 0432.955597
 Fax: 0432.940937



**TONIUTTI
 INFISSI**



NOVA
 SOFTWARE

prodotti e servizi informatici

informaticiforniamo alle aziende un prodotto gestionale e tutti i servizi correlati puntando alla qualità e all'eccellenza competitiva attraverso un'attenta applicazione delle nuove tecnologie

Tel. 0432.673693 | Fax 0432.673694 | www.novasoftware.it



Buon Anno

Incontro a Palazzo Torriani con le organizzazioni sindacali di Cgil, Cisl Alto Friuli-Cisl Udinese e Bassa Friulana e Uil

CATEGORIE

CONFINDUSTRIA

Senza manifatturiero non c'è futuro

Senza manifatturiero non c'è futuro. L'industria, quale fattore essenziale di produzione di reddito e preservazione del lavoro, va posta al centro delle politiche economiche. Lo hanno ribadito nel corso di un incontro a palazzo Torriani il presidente di Confindustria Udine Adriano Luci e i segretari territoriali Alessandro Forabosco (Cgil), Franco Colautti (Cisl Alto Friuli), Roberto Muradore (Cisl Udi-

L'industria, quale fattore essenziale di produzione di reddito e preservazione del lavoro, va posta al centro delle politiche economiche

C'è l'impegno di procedere all'elaborazione di un documento comune di proposta

nese e Bassa Friulana) e Ferdinando Ceschia (Uil). Durante la riunione è stata analizzata la situazione di difficoltà che sta investendo il sistema produttivo sotto l'incalzare della seconda recessione, dando atto dell'impegno delle parti sociali nel gestire, con l'utilizzo responsabile degli ammortizzatori sociali, le conseguenze occupazionali assicurando la continuità delle aziende. Uno sforzo questo che deve trovare corrispondenza in una programmazione di interventi fi-



nalizzati ad una prospettiva di rilancio. "Riconosco - ha dichiarato Luci - il senso di responsabilità con cui imprese

ed organizzazioni sindacali stanno affrontando questo difficile momento mettendo insieme competenza e coinvolgi-

mento per individuare le soluzioni più appropriate. Occorre guardare avanti, bisogna porre le condizioni per favorire la

crescita". Da parte sua Ceschia ha evidenziato come "la centralità del manifatturiero, pur riconosciuta, non si sia tradotta

in interventi conseguenti che invece sono necessari e vanno messi in campo con un rinnovato slancio". Le problematiche della montagna sono state invece ricordate da Colautti sottolineando come "se non possa essere trascurata l'esigenza di intervenire nell'immediato sulle situazioni urgenti occorre però impostare un percorso di medio-lungo periodo in un'ottica di crescita". Per Forabosco occorre prendere coscienza della direzione da prendere superando la logica degli interventi caso per caso. "In un momento di difficoltà come questo occorre scegliere secondo precise priorità e queste non possono che essere impresa e al lavoro". Muradore ha infine messo in risalto "l'esigenza di riportare le istituzioni ad un'attenzione concreta verso le problematiche del manifatturiero. In questo senso va lanciato un fermo appello al senso di responsabilità di tutti". L'incontro si è concluso con l'impegno di procedere all'elaborazione di un documento comune di proposta, in vista anche di un più ampio coinvolgimento delle diverse componenti economiche del territorio; documento diretto a collegare il riconoscimento con interventi coerenti della centralità del manifatturiero a scelte di indirizzo delle politiche economiche secondo logiche di rilancio.

A.P.I. DI UDINE

Necessari nuovi investimenti

I boschi risorsa strategica per l'economia regionale

Laudizione, recentemente svoltasi in Consiglio regionale sulla bozza di regolamento forestale in applicazione della legge 9/2007 sulle norme in materia forestale, è stata occasione per mettere a fuoco l'importanza economica della risorsa foreste per il Friuli-Venezia Giulia.

Per l'Associazione Piccole e Medie Industrie di Udine si tratta di un settore sottovalutato nella nostra Regione, a differenza da quanto accade in altre regioni alpine e, più ancora, all'estero. Basti considerare che in Friuli-Venezia Giulia ammonta a circa un milione di metri cubi annui l'incremento boschivo e che di questo non più di 200.000-250.000 metri cubi sono prelevati nel corso di un anno e che la più parte lo sono

da imprese di prima lavorazione dell'Austria e del Veneto. Il prelievo avviene normalmente a un prezzo di circa 70 Euro al metro cubo e questo stesso le-

Si tratta di un settore sottovalutato nella nostra Regione, a differenza di quanto accade in altre regioni alpine

gno, in percentuale apprezzabile, rientra, poi, in Regione sotto forma di semilavorato a un prezzo di quasi dieci volte maggiore. Solo questo aspetto può

fornire un'idea delle potenzialità che racchiude il nostro patrimonio forestale e della ricchezza a cui stiamo rinunciando in Friuli-Venezia Giulia, senza prelevare un solo metro cubo di legname in più di quello che al momento si preleva. E questo, inevitabilmente, ha un riflesso sulle opportunità occupazionali. Se si considera, infatti, che la trasformazione di 650 metri cubi determina la creazione di un posto aggiuntivo di lavoro, l'utilizzo di 600.000 metri cubi di legno trasformato in semilavorati potrebbe generare quasi 1.000 posti di lavoro sul territorio.

E' errato, dunque, pensare che le attività forestali e di prima lavorazione del legno non possano più appartenere a un'economia manifatturiera

cosiddetta matura. Sotto questo profilo si può avviare una nuova visione del problema che guardi a una diversa gestione del patrimonio forestale e alla competitività delle imprese di prima lavorazione del legno. A giudizio dell'A.P.I. di Udine, affinché resti in Regione la plusvalenza che deriva da questa attività, è, innanzi tutto, necessario procedere a nuovi investimenti in infrastrutture, come le piste forestali, ma, prima ancora, pervenire a una semplificazione delle procedure autorizzative, a un sistema di norme meno restrittivo e punitivo nei confronti dei proprietari forestali e, non ultimo, a un approccio più costruttivo del personale forestale, che sia orientato anche all'informazione e non solo all'attività repressiva.

Anche per quanto riguarda le imprese è necessario uno sforzo, come l'adozione della certificazione PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification) o di altri sistemi di gestione sostenibile delle foreste, l'esecuzione di investimenti per ammodernamento e potenziamento degli impianti. Questi ultimi, almeno in una fase iniziale, dovrebbero essere sostenuti da incentivi commisurati ai metri cubi trasformati da tronco in segato. In altre parole, per i piccoli e medi industriali, ci sono le condizioni perché il Friuli-Venezia Giulia possa cogliere appieno queste opportunità, al pari di quanto stanno facendo da tempo l'Austria e la Slovenia, con innegabili positivi risvolti per l'economia della nostra montagna.

CONFCOOPERATIVE

Le reti d'impresa

L fenomeno delle reti di impresa si diffonde - 412 i contratti di rete censiti in Italia a metà 2012 - e i processi di aggregazione e collaborazione tra le cooperative sono sempre più frequenti.

«Oggi le imprese devono essere in grado di investire in innovazione, devono avere professionalità specifiche e adeguate per affrontare nuovi mercati», ha commentato Franco Bosio, presidente di Confcooperative Fvg, all'apertura dei lavori del convegno promosso dall'Alleanza delle Cooperative proprio sul tema delle reti di impresa. «Lo stesso vale quando si tratta di curare aspetti immateriali come



perative - nella consueta analisi congiunturale quadrimestrale presentata poche settimane fa - dimostrano che le imprese più grandi riescono a reggere meglio l'urto della crisi, e i problemi di liquidità in particolare, e sono meglio attrezzate per affrontare il mercato dell'export: mentre langue la domanda interna, infatti, il 51 per cento delle cooperative che operano sui mercati esteri trovano stabile il livello della domanda, e il 15 per cento vede gli ordinativi esteri addirittura in crescita.

Le imprese più grandi sono meglio attrezzate per affrontare il mercato dell'export

Sotto il profilo della liquidità, il secondo semestre 2012 ha visto un peggioramento della situazione finanziaria per 36 cooperative su 100 nel Nord Italia, una riduzione del fatturato nel 31,4 per cento dei casi e un livello insoddisfacente degli ordinativi per il 30 per cento delle cooperative. Una situazione difficile, dunque, a cui la cooperazione vuole dare risposte spingendo sul fronte delle collaborazioni e sinergie tra le diverse imprese.

Non a caso anche i dati dell'ufficio studi di Confcoo-





C.i.e.l. Impianti Srl
 Via Fratelli Savola, 14
 33033 Codroipo (UD)
 0432 1900125
 0432 1900126
 info@ciel.it
 www.ciel.it

*Buon 2013
 a tutta l'affezionata
 clientela*

Trasporti evoluti a misura di cliente.

Il Cat Friuli occupa un ruolo da protagonista nel settore degli autotrasporti specializzati, per esperienza, organizzazione e affidabilità. Partner ideale per le aziende alla ricerca di servizi "su misura", garantisce a oltre 600 clienti una gestione dei trasporti e della logistica improntati alla massima efficienza e scrupolosità.

Un insieme di competenze e Know-how indispensabili per muoversi con successo sui percorsi dello sviluppo.



CAT FRIULI

CONSORZIO DI TRASPORTI EVOLUTI

Trasporti nazionali e logistica integrata
 via della Tecnologia, 14
 33050 Pavia di Udine Z.I.U. Lauzacco (UD)
 Tel. 0432 685128 Fax 0432 655399
 www.catfriuli.it cat@catfriuli.it



*Vi auguriamo
 un Felice
 Anno Nuovo*

Le nuove prospettive di mercato affrontate nel corso di un seminario

CATEGORIE

CONFARTIGIANATO

Un Friuli sostenibile

Aumentano le opportunità per le nostre imprese sul fronte della mobilità elettrica e a metano

“**C**i sono le leggi nazionali e regionali, le tecnologie e le sensibilità. Diamoci tutti da fare mettendo i ferri in acqua da subito per scongiurare il rischio che il Friuli, anche sulla mobilità sostenibile, diventi una colonia per realtà imprenditoriali extraregionali. Occorre che privati e enti locali facciano fronte comune per cogliere questa opportunità con le nostre imprese sviluppando un percorso friulano”. Lo ha detto, aprendo i lavori del seminario di Confartigianato Udine “Per un Friuli a mobilità sostenibile” che si è svolto il 4 dicembre nella sala Valduga della Camera di Commercio di Udine, Edagarda Fiorini, vice presidente di Confartigianato Udine. Un appello subito accolto dall'assessore al comune di Udine Enrico Pizzi che ha posto in evidenza come Udine abbia già presentato un anno fa richiesta di finanziamento alla Regione (c'è una legge ad hoc) per l'elettrificazione di tutti i parcheggi e per altre iniziative sia per favorire la mobilità su mezzi elettrici sia per mezzi alimentati a metano di città. “Al di là dei ritardi della Regione - ha detto Pizzi, presente al seminario con l'assessore Lorenzo Croattini - questo è un pezzo del nostro futuro e oc-



L'appello “Occorre dare vita a un tavolo di confronto fra imprese, associazioni di categoria, enti locali e Regione per diventare subito operativi”

corre fare ogni sforzo per anticiparlo il più possibile”. “Occorre - ha aggiunto Fiorini, che ha citato anche il consigliere regionale Roberto Asqui-

ni impegnato a migliorare gli interventi normativi della Regione per la mobilità sostenibile - dare vita a un tavolo di confronto fra imprese, associazioni di categoria, enti locali e Regione per diventare subito operativi”.

Norme di legge, e tecnologie sono state illustrate da Marco Perissini di EcoMove Srl, dall'ing. Matteo Assirelli, responsabile per l'Italia della Ingeteam, società leader nella costruzione e distribuzione di dispositivi per la ricarica delle auto elettriche e Roberto Bressanuti di Area 20, società friulana specializzata fra

l'altro della realizzazione e distribuzione di impianti per la ricarica di metano per le automobili aziendali e per le famiglie, che consentono un risparmio ingente nel pieno oltre a assicurare un impatto ambientale ridotto.

Le nuove soluzioni per la mobilità sostenibile, insomma, non rappresentano soltanto una priorità in termini di tutela e salvaguardia dell'ambiente e quindi per le amministrazioni pubbliche, ma aprono orizzonti ricchi di opportunità per le imprese: occasioni di risparmio che si riflettono sul conto economico, possibili prestazioni ecologicamente responsabili e soprattutto nuove prospettive di mercato.

Un percorso sostenuto anche dal Decreto sviluppo che prevede incentivi per l'acquisto di auto elettriche e dai crescenti finanziamenti europei in questo settore. Temi che sono state approfonditi anche durante #UDINESmart, la due giorni organizzata il 6 e 7 dicembre dal Comune di Udine sulle nuove tecnologie a servizio dei cittadini. In questa occasione Confartigianato Udine ha proposto e portato l'esperienza di Confartigianato Vicenza relativa al progetto sulla mobilità elettrica www.futuroelettrizzante.it.

IN BREVE

PROGETTO MANI, BUONA OCCUPAZIONE COI VECCHI MESTIERI

Ridurre la forbice fra richieste e offerta di lavoro attraverso il recupero di vecchie professioni, attraverso percorsi formativi personalizzati per i giovani fino ad accompagnarli a fare una nuova impresa o a trovare buona occupazione. E' questo l'obiettivo di Mani, (Mestieri Artigianali per Nuovi Imprenditori), un progetto di Confartigianato Udine che durerà 18 mesi, finanziato all'89% dalla Regione e con contributo anche dal Governo nazionale per un totale di 100 mila euro che vuole mettere in relazione il mondo dell'artigianato tradizionale con quello dei giovani (tra i 14 e i 35 anni) attraverso momenti di formazione e aggiornamento utilizzando le nuove tecnologie. “Questo progetto - ha detto l'assessore regionale Roberto Molinaro durante la conferenza stampa organizzata nella sede di Confartigianato Udine - segna un salto di qualità dell'azione che la Regione intende fare per l'occupazione giovanile”. “Vogliamo promuovere - ha aggiunto il presidente di Confartigianato Udine Graziano Tilatti - un processo flessibile e sostenibile di informazione e formazione continua. Vogliamo dimostrare ai più distratti, che artigiano è innovazione, imprenditorialità e vivacità anche nel recupero di vecchi mestieri”. E' stato Sergio Simeoni dell'Irtef ad illustrare il progetto che sarà attuato nelle aree territoriali pilota delle province di Udine e Pordenone che possiedono eccellenze o buone pratiche nel campo dei mestieri e delle arti tradizionali. I beneficiari del progetto saranno giovani, appositamente selezionati, impegnati in programmi di istruzione e formazione del secondo ciclo durante il calendario scolastico e soprattutto durante la pausa estiva; programmi di istruzione terziaria, occupati, disoccupati in cerca nuova occupazione, in cerca di 1° occupazione, persone diversamente abili.



SUCCESSO PER IL MERCATINO DI NATALE

Gli artigiani continuano a credere nel Natale. Anche in tempi di crisi. Successo per l'edizione 2012 del Mercatino di Natale che ogni anno Confartigianato Udine ha organizzato in piazza Duomo con la collaborazione del Comune di Udine e di Confcommercio Udine oltre al sostegno della Banca di Udine, della Camera di Commercio e della Regione Friuli Venezia Giulia. Nelle casette 22 aziende hanno proposto una variegata offerta di idee regalo, dagli addobbi e dai complementi d'arredo tipicamente natalizi all'oggettistica in legno e in metallo, dai bijoux in argento alle goloserie di cioccolato, dai prodotti alimentari tipici friulani a quelli emiliani, passando per la biancheria per la casa, i the e gli infusi. Il Mercatino di Natale è stato inaugurato venerdì 7 dicembre nel ricordo dell'avv. Claudio Mussato, già sindaco di Udine. Infatti sia il presidente di Confartigianato Udine Graziano Tilatti sia il vice sindaco di Udine Enzo Martines, hanno ricordato la figura e l'opera di Mussato mentre il presidente mandamentale di Udine di Confcommercio, Giuseppe Pavan, affiancato da Gianni Croatto e da Guido Fantini, ha rivolto parole di ringraziamento al comune di Udine per la collaborazione con i commercianti. I saluti della Camera di commercio sono stati portati da Claudio Ferri mentre quelli della Banca di Udine da Roberto Spizzo. Durante l'inaugurazione sono state accese le luci del tradizionale albero di Natale, dono della Regione Friuli Venezia Giulia tramite la Coop. Legno, e quest'anno davvero DOC tenuto conto che proviene dalla Foresta di Fusine, certificata per la gestione sostenibile secondo il sistema Pefc. Il taglio del nastro è stato allietato dal coro gospel del liceo Marinelli di Udine che si è esibito in alcuni brani di grande successo. Sempre ricco il programma di animazione che, oltre ai cori gospel, ha proposto giochi per bambini, musica natalizia, ricette di cucina e ben due trenini.



CNA

Indagine Ires sull'accesso al credito

Il 60% ottiene il credito

“**C**onsiderato il periodo, nel complesso gli artigiani godono di salute abbastanza buona, visto che molti prevedono il consolidamento del proprio fatturato nel prossimo futuro e che, al momento, la situazione appare stazionaria”.

E' il commento dell'assessore regionale Federica Seganti ai dati della ricerca sull'accesso al credito e sull'utilizzo dei consorzi di garanzia fidi svolta dall'Ires per la CNA del Fvg su un campione di oltre 500 imprese artigiane della regione. L'indagine, relativa al secondo trimestre 2012, è stata presentata agli inizi di dicembre a Trieste nella sede della Regione alla presenza dell'assessore Federica Seganti, del presidente regionale CNA Fvg Denis Puntin, del segretario regionale Roberto Fabris e dei presidenti provinciali CNA di Trie-

ste, Udine e Pordenone, oltre a rappresentanti del Confidi e della CNA friulana.

Una fotografia con più luci che ombre, ha detto Seganti alla presentazione dell'indagine: “tra le previsioni per il 2013 è importante quella relativa al livello di occupazione.

Due imprenditori su tre scelgono la banca non in base ai servizi ma per la sua vicinanza

L'82% del campione conferma che il numero di lavoratori rimarrà invariato, mentre il 3,8% prospetta addirittura un aumento. Per quanto riguarda l'accesso al credito, il 60% ha ottenuto l'intero credito ri-

chiesto e il 22% lo ha avuto in parte, mentre solo il 7% è stato costretto al rientro, a dimostrazione che il sistema bancario non è di manica larga, ma neanche insensibile alle esigenze degli artigiani”.

La curiosità sta proprio nel rapporto con le banche: il 70% degli intervistati ha un contatto esclusivo con un unico istituto di credito, e il 60% lo sceglie non in base ai servizi ma per la sua vicinanza. Si preferisce la banca sotto casa perché è più comodo, segno di una scarsa cultura finanziaria: “in realtà - ha detto l'assessore regionale - è diffusa in tutta Italia ed è una delle lacune della scuola, dove non si spiegano gli elementi di base utili per gestire sia le necessità familiari che lavorative”. “Certamente è necessario creare una formazione migliore nell'artigianato - ha

detto Puntin -; la CNA in questo sostiene gli associati, ma per poterlo fare al meglio deve avere a disposizione fondi dagli enti preposti”.

L'indagine - ribadisce il segretario regionale CNA Roberto Fabris - rileva un dato importante: la totale o quasi assenza di cultura finanziaria e la mancata conoscenza delle modalità e delle regole di gestione del sistema. Se oltre la metà delle 500 imprese intervistate dichiara di scegliere la banca per prossimità territoriale, questo ci conferma anche che c'è uno spazio grande a disposizione per le associazioni di categoria come la nostra nello svolgimento di un ruolo di supporto degli artigiani, quasi un “tutoraggio” nel rapporto tra microimpresa e finanza. Perché non sono le banche, deputate a vendere prodotti, a poter svolgere questo ruolo, bensì le organizzazioni datoriali”.

L'analisi evidenzia poi uno spostamento dal consolidato agli investimenti, “importante perché l'accesso al credito è più facile sull'investimento”, ha osservato l'assessore, confermando però che le aziende artigiane preferiscono ancora l'autofinanziamento rispetto alla richiesta di credito (33%). Eppure esiste lo strumento del Confidi, il cui livello di conoscenza - stando all'indagine CNA - è elevato, ma il cui utilizzo risulta, per tempi e costi di accesso, poco frequente proprio tra le imprese che maggiormente avrebbero bisogno dei suoi servizi, ossia le piccole e micro imprese. Molte rinunciano ad accedervi per il costo d'ingresso che, sommato alle spese e alle lungaggini delle pratiche, si trasforma in una barriera, specie se l'importo da chiedere è piccolo.



Federica Seganti, Denis Puntin, Roberto Fabris

TECNO
COMMERCIALE
 FORNITURE TECNICHE INDUSTRIALI

2



Tricesimo (Ud) via S.Giorgio, 52/6 - Tel. 0432 881515 Fax 0432 881833
 www.tecno2commerciale.it - info@tecno2commerciale.it

SISTEMI DI SICUREZZA ANTIFURTO
TVCC VIDEOSORVEGLIANZA
IMPIANTI RIVELAZIONE INCENDIO
AUTOMAZIONI CIVILI
IMPIANTI ANTENNA TV DTT - SAT

ASSITECH **SNC**

GOLOSETTI MARCO e MICELLI SANDRO

via Spilimbergo 184/B - FAGAGNA UD
 Cell. 340 3133040 Cell. 349 6030028
 Tel.0432 889199 Fax 0432 1595693
 E-mail: info@assitechsnc.it



Bilanci dei Comuni all'osso: ecco quindi che si ipotizza un nuovo balzello. Ed è subito polemica

CATEGORIE

CONFCOMMERCIO

Un'imposta dannosa

Federalberghi Fvg lancia la propria crociata contro la tassa di soggiorno

«Siamo appena riusciti a contenere i danni della crisi nella stagione estiva ed ecco che spunta l'ipotesi di un nuovo balzello. Davvero, in tempi così difficili, una pessima idea della Regione e degli enti locali che lo applicheranno». Ribatte così Paola Schneider, presidente regionale di Federalberghi (circa 700 imprese rappresentate in Friuli Venezia Giulia), alla novità annunciata da Elio De Anna, L'assessore regionale alla Funzione pubblica, mirando a consentire ai Comuni una possibilità di manovra visti i bilanci ridotti all'osso, ha anticipato la reintroduzione anche in regione dell'imposta di soggiorno. La tassa è di carattere locale ed è applicata a carico delle persone che alloggiano nelle strutture ricettive di territori classificati come località turistica o città d'arte.

Abolita nel 1991, è stata reintrodotta nella legislazione italiana nel 2011. Gli introiti di questa tassa sono destinati a finanziare interventi in materia di turismo e recu-



pero di beni culturali e ambientali. Il decreto prevede la facoltà per i comuni presenti negli elenchi regionali delle località turistiche o città d'arte di istituire un'imposta di soggiorno a carico dei soggetti non residenti che alloggiano nelle strutture ricettive al-

berghiere e extra-alberghiere del proprio territorio, per turismo o per affari, stabilendone anche i limiti di attuazione. Ogni Comune delibera autonomamente sull'ammontare del contributo, le esenzioni e il periodo di applicazione nel proprio territorio, con

modalità definite dal regolamento comunale: per esempio, a Venezia i turisti pagano la tassa solo fino al quinto pernottamento consecutivo, a Roma invece fino a 10 per-

La tassa è di carattere locale ed è applicata a carico delle persone che alloggiano nelle strutture ricettive di località turistica o città d'arte

nottamenti consecutivi. Al termine di ciascun soggiorno il turista versa il contributo al gestore della struttura ricettiva presso la quale ha pernottato, pagamento da non confondere con la quota di costo del pernottamento. L'albergatore provvede alla riscossione del contributo, rilasciandone regolare quietanza, e ne versa l'ammontare al Comune secondo le specifiche modalità previste dal regolamento

applicativo. Non è un obbligo quindi, è solo una facoltà, ma il sindaco di Trieste Roberto Cosolini ha fatto già sapere che è sua intenzione, nel caso in cui la norma venisse approvata dal Consiglio regionale, applicare l'imposta - 1 euro probabilmente - ai turisti che soggiornano sul territorio comunale. Schneider non ha dubbi: «E'

n grave errore. Applicare nuove tasse a un comparto già fortemente provato dalla crisi, riducendo di fatto i pernottamenti, sarebbe un'ulteriore mazzata all'economia. I Comuni già oggi riscuotono l'Imu, pensata tra l'altro anche a beneficio delle infrastrutture e dei servizi ricettivi, senza che gli introiti di tale imposta risultino tracciabili visto che tutto si perde nei calderoni dei bilanci, e non c'è di sicuro alcun motivo di aggiungere penalità non controllabili, applicate tra l'altro a una definizione di strutture piuttosto vaga e quindi aperta a libere interpretazioni, come ci insegna quello che sta succedendo nelle altre regioni».

CONTRAFFAZIONE

Il falso danneggia tutte le imprese



Un volume di 7 miliardi di euro alla voce contraffazione. E 100mila posti di lavoro che sfuggono al controllo e alle regole. Sono i numeri portati dal presidente del gruppo Moda Fvg Confcommercio e di Federazione Moda Italia Udine Mario Ulian al convegno organizzato da Federazione Moda Italia Friuli Venezia Giulia e Confcommercio Friuli Venezia Giulia sul tema della lotta alla contraffazione, dal titolo "Il prodotto falso danneggia tutte le imprese". Sono intervenuti, tra gli altri, il direttore generale lotta alla contraffazione del ministero dello Sviluppo economico Loredana Gulino, il Capo ufficio intelligence e area antifrode Agenzia delle Dogane Antonio Cantiani, il Questore di Trieste Giuseppe Padulano e il presidente di Federazione Moda Italia Confcommercio Renato Borghi. Alla denuncia di Ulian, il presidente di Federazione Moda Italia Trieste Roberto Rosini ha aggiunto: «Il porto di Trieste rappresenta uno dei principali canali di ingresso in Italia di prodotti contraffatti. Questo gravissimo fenomeno non comporta solo un danno economico per l'intero sistema produttivo, ma anche alla salute, perché non sono rispettate le regole nell'utilizzo di tessuti e materiali. E poi c'è un danno d'immagine per la categoria». Infine, per il vicepresidente della commissione sicurezza e legalità di Confcommercio e di Federazione Moda Italia Gianni Gravante, «è necessario insistere nella lotta alla contraffazione, perché il fenomeno non sta calando, anzi. La contraffazione alimenta un impianto complessivo, dal lavoro nero all'evasione fiscale, al mancato rispetto delle regole sulla tutela del lavoro. La contraffazione non è solo un problema di natura economica ma anche sociale, basti pensare ai bambini costretti a fare finti guanti e palloni in pelle». Proprio alcuni giorni fa il nucleo di Polizia Tributaria della guardia di finanza di Udine ha concluso con successo un'operazione. Oltre 16 mila capi di abbigliamento e accessori contraffatti di noti produttori sono stati infatti sequestrati dalla Guardia di Finanza di Udine in una serie di controlli "mirati" presso esercizi commerciali, che hanno portato alla denuncia di 12 persone per contraffazione e alterazione o uso di segni distintivi di opere dell'ingegno o di prodotti industriali. In un laboratorio sono stati trovati e sequestrati 70 metri di tessuto in rotoli.

CONFAGRICOLTURA

I dati congiunturali

Calo di quasi il 7%

Il settore agricolo è quello che è andato peggio nel terzo trimestre. Lo riscontra Confagricoltura rilevando un calo, in termini congiunturali, di ben il 6,7%.

A livello nazionale, così come a livello provinciale e regionale, è il secondo trimestre consecutivo con il segno meno per l'agricoltura. Lo sottolinea il presidente di Con-

Nonostante le difficoltà l'agricoltura dimostra di mantenere l'occupazione e ampliare l'export

fagricoltura Fvg, Piergiorgio Pistoni che commenta la stima del Pil diffusa dall'Istat a dicembre. Secondo l'Istituto di statistica la diminuzione tendenziale, per l'agricoltura, è di -5,1% (terzo trimestre 2012 su terzo trimestre 2011). Anche in questo caso un dato negativo, che non ha riscontri in altri settori, tranne che per le costruzioni che registrano un pesante -6,7%.

«Nei primi nove mesi dell'anno il settore agricolo ha accusato un calo di valore aggiunto rispetto al 2011 che

è comunque pari solo alla metà di quello registrato dal complesso della nostra economia» (come illustra la tabella). Ma, nonostante la crisi e le difficoltà - prosegue Pistoni - "l'agricoltura ha le potenzialità per migliorare e lo ha dimostrato mantenendo l'occupazione e ampliando l'export".

«Sono mancate misure nazionali e regionali adeguate per la crescita, finalizzate ad aumentare la competitività delle aziende».

Osserva il presidente di Confagricoltura Fvg: «E' oltremodo necessaria una spinta alle imprese agricole che si devono misurare in un mercato globale soggetto alle tensioni dei prezzi delle materie prime e dell'energia, che si riflettono sui costi di produzione. Lo sviluppo non si fa solo aggravando il carico fiscale».

In questa direzione è anche la richiesta che Confagricoltura, insieme alle altre organizzazioni professionali, rivolge al Presidente del Consiglio Mario Monti e del ministro dell'Economia e Finanze Vittorio Grilli, affinché il Governo, conseguentemente agli impegni assunti, emani il provvedimento, previsto dal decreto legge n. 201, con il quale, sulla base dell'andamento del gettito derivante dal pagamento della prima rata dell'Imu, si prov-

veda alla modifica dell'aliquota da applicare ai fabbricati e ai terreni, in modo da garantire che il gettito complessivo non superi, per il 2012, l'am-

Il gettito Imu sui terreni agricoli è stato particolarmente gravoso e ha comportato un maggior gettito pari a 130 milioni di euro

montare previsto dal ministero dell'Economia e delle Finanze.

«I dati relativi al gettito forniti dal ministero dell'Economia e delle Finanze evidenziano - spiega Pistoni - "come il contributo versato dal mondo agricolo superi in larga misura le stime effettuate dallo stesso dicastero. A fronte della previsione di entrate per 407 milioni di euro, il dato a consuntivo, che tiene conto dell'Imu versata in acconto a giugno, si attesterà a 534 milioni di euro. Particolarmente gravoso il prelievo sui terreni agricoli, che comporta un maggior gettito per l'anno 2012 pari a circa 130 milioni di euro, equamente ripartito fra Erario e Comuni».

OPERAI AGRICOLI E FLOROVIVAISTI

Rinnovato il contratto

Il 28 novembre 2012 presso la sede di Confagricoltura Udine, è stato sottoscritto da Confagricoltura Udine, Federazione Provinciale Coldiretti di Udine e Confederazione Italiana Agricoltori di Udine - in rappresentanza dei datori di lavoro - e le rappresentanze sindacali dei lavoratori agrico-



li di Fai-Cisl di Udine, Flai-Cgil di Udine, Uila-Uil di Udine l'accordo per il rinnovo del Contratto Provinciale di Lavoro per gli operai agricoli e florovivaisti della provincia di Udine valido per il quadriennio 2012-2015.

I punti più importanti del contratto attengono alla parte economica in cui si è concordato un aumento della retribuzione del 5,2% suddiviso in due tranche, la prima del

3% con decorrenza dal 01 novembre 2012 e la seconda del 2,2% con decorrenza dal 01 giugno 2013. L'incremento è in linea con gli indicatori di riferimento.

Per quanto riguarda il profilo normativo si evidenzia: l'impegno alla costituzione dell'Ente Bilaterale, l'inquadramento del rapporto di lavoro a tempo

Previsto un aumento della retribuzione del 5,2% suddiviso in due tranche

parziale che può meglio coniugare le esigenze del datore di lavoro e del lavoratore, la previsione dell'applicazione di norme fiscali di favore riguardanti la detassazione retributiva per incrementi produttivi, la classificazione di nuove figure professionali.

In un momento economico difficile, le parti esprimono soddisfazione sulla conclusione delle intese raggiunte, frutto anche delle buone relazioni sindacali nel settore agricolo provinciale.



Evoluzione del valore aggiunto agricolo e del Pil nazionale - valori concatenati

	Primi tre trimestri 2011	Primi tre trimestri 2012	Diff. %
	milioni di euro	milioni di euro	
Pil nazionale	1.071.747	1.050.190	-2,01%
Valore Aggiunto Agricoltura*	20.964	20.758	-0,98%

* Agricoltura silvicoltura e pesca

{ Elaborazione Centro Studi Confagricoltura su dati Istat }

impianti fotovoltaici e microeolici

tecnologie del risparmio energetico



Buiani

CLIMA ENERGIE S.r.l.

*Vi auguriamo
un Felice 2013*

www.buianclima.com

Via degli Artigiani, 9 - 33030 Talmassons (Udine) • Tel. 0432 765272 • info@buianclima.com

Spazio al calendario che propone una panoramica degli eventi e delle attività camerale

CAMERA DI COMMERCIO

GENNAIO - FEBBRAIO

Appuntamenti in Cciaoa

A Giacarta prevista la collettiva della meccanica. Scadono i contributi per i veicoli ecologici

Ritorna anche questo mese il calendario che contiene una panoramica delle prossime attività e delle prossime scadenze in Camera di Commercio di Udine, che proponiamo dal mese scorso con l'obiettivo di anticipare ai lettori l'agenda degli appuntamenti principali organizzati o promossi dall'ente camerale. Questa sorta di pagina-agenda contiene anche i riferimenti utili sulle sedi, gli uffici, i recapiti internet e telefonici e gli orari di apertura al pubblico, così da poter essere sempre tenuto a portata di mano.

La tabella, che scorre in ordine cronologico, si concentra su gennaio e febbraio, ed evidenzia le principali scadenze, come per esempio quella di convalida annuale del Codice Meccanografico (Commercio estero) al 31 dicembre 2012, la scadenza della domanda di contributo per l'acquisto di autoveicoli ecologici e di quadricicli elettrici al 31 gennaio 2013, come pure le scadenze prorogate dei due bandi a sostegno dell'imprenditoria giovanile e di concessione di controgaranzie a sostegno dell'imprenditoria giovanile, entrambe portate al 30 giugno. Si ricordano poi le date del Centro studi e statistica, con la pubblicazione dei listini prezzi al consumo e ingrosso, per esempio, e si anticipa il



primo corso della Formazione, il 25 e 26 gennaio, di aggiornamento per i mediatori professionisti. Febbraio si apre poi con le iniziative dell'internazionalizzazione: venerdì 8 ci saranno gli incontri bilaterali con produttori e commercianti settore bevande, agroalimentare, attrezzature catering a Pola in Croazia, e quindi dal 20 al 23 febbraio, si segnala anche la partecipazione collettiva alla Fiera Indometal di Giacarta (Indonesia) per le aziende del settore meccanica. Il calendario ricorda questo mese le chiusure degli uffici durante le feste natalizie. L'Ufficio Internazionalizzazione dell'Azienda speciale I.Ter della Cciaoa, l'Ufficio Promozione & Marketing, l'Azienda speciale Ricerca&Formazione chiuderanno dal 24 dicembre al 4 gennaio compreso.

MEDIATORI PROFESSIONISTI

Nuovi corsi

A partire da gennaio 2013 si terranno all'Azienda Speciale Ricerca & Formazione della Camera di Commercio di Udine i nuovi corsi che consentiranno di assolvere all'obbligo di aggiornamento biennale dei mediatori professionisti iscritti negli elenchi degli Organismi di Mediazione accreditati dal Ministero della Giustizia (ex D.M. 180/2010). Le lezioni sono predisposte per tutti coloro che sono già in possesso del titolo di Mediatore Professionista in base al decreto 180 e dunque devono aver già frequentato un percorso formativo di 50 ore (o in alternativa aver provveduto alla sua integrazione, in base al disposto normativo).

L'aggiornamento ha una durata di 18 ore, vengono proposti due corsi: il primo il 25 e 26 gennaio, e il secondo il 15 e 16 febbraio. Nel primo si tratterà di condominio e nel secondo di affitto d'azienda.

Il corso è svolto da Omologhia Srl di Vigonza (Padova), ente di formazione accreditato dal Ministero della Giustizia

e iscritto nell'apposito elenco ministeriale degli enti di formazione abilitati a svolgere l'attività di formazione dei mediatori in materia civile e commerciale. Sede dei corsi sarà l'Azienda speciale R&F, in viale Palmano-va 1/3 a Udine e il costo sarà di 290 euro (esente Iva) a partecipante.



Informazioni in merito alle iscrizioni su www.omologhia.it e www.ricercaeformazione.it. Referente per la Cciaoa è Federica Nonino (Fax 0432 - 624253 e-mail: federica.nonino@ud.camcom.it).

KRASNODAR

Seminario a gennaio

Krasnodar è tra le regioni più industrializzate della Russia, prima per numero di imprese che si occupano di materia di costruzione con le migliori performance a livello nazionale.

Krasnodar possiede poi la rete turistica più organizzata ed è meta favorita dal flusso turistico interno (48% del turismo della Russia). In vista di una missione economica per la filiera edilizia-abitare in Federazione Russa nel giugno 2013, a gennaio si svolgerà un seminario d'approfondimento e approccio al mercato, nell'ambito del progetto espressamente dedicato al settore, ammesso a cofinanziamento dalla legge regionale n. 11/2009.

Info Ufficio internazionalizzazione, www.ud.camcom.it, tel. 0432.273295, progetti.info@ud.camcom.it

EURETICA

Premi il 9 in Sala Valduga

L'Associazione Euretica, in collaborazione con Camera di commercio di Udine e Fondazione Crup, consegnerà mercoledì 9 gennaio alle ore 11.00 nella sala Valduga della Camera di commercio di Udine (piazza Venerio) i premi etica 2012. Interverranno i presidenti della Camera di commercio di Udine, Giovanni Da Pozzo, della Fondazione Crup, Lionello D'Agostini e, per l'associazione Euretica, Alessandro Grassi. Nel corso degli anni Euretica si è distinta per aver premiato storie di vita e storie imprenditoriali contraddistinte dalla volontà di emergere, di valorizzare i talenti nel rispetto del prossimo, di impegnarsi con convinzione per raggiungere i propri traguardi ma senza prevaricazioni anzi condividendo i propri successi con gli altri.

Calendario CCIAA

APPUNTAMENTI E SCADENZE

Camera di Commercio di Udine
Tel. 0432 273111 - urp@ud.camcom.it
www.ud.camcom.it

e ancora...

chiusura festività natalizie CCIAA Udine

lunedì 31 dicembre: uffici aperti dalle 8.30 alle 12.30

chiusura festività natalizie CCIAA Tolmezzo

Ufficio Carburanti: chiude nel pomeriggio di lunedì 31 dicembre

GENNAIO 2013:

FORMAZIONE: Corsi

1° Corso aggiornamento per mediatori professionisti Azienda Speciale Ricerca & Formazione. Venerdì 25 e Sabato 26

STATISTICA PREZZI

_Avvio indagine congiunturale Unioncamere Friuli Venezia Giulia lunedì 7
_Indice prezzi al consumo FOI senza tabacchi dicembre 2012 (dalle ore 12.30) martedì 15
_Pubblicazione Listino prezzi all'ingrosso venerdì 18

Ogni venerdì Commissione prezzi cereali c/o CCIAA Udine (pubblicazione listino dopo le 12.30)

CHIUSA oggi e venerdì 4 gennaio

FEBBRAIO 2013:

INTERNAZIONALIZZAZIONE

_Pola (Croazia) - Incontri bilaterali con produttori e commercianti settore bevande, agroalimentare, attrezzature catering. Venerdì 8

_Udine/Pordenone - Incoming operatori e incontri bilaterali in occasione della fiera Happy Business to You mercoledì 13 - sabato 16

FORMAZIONE: Corsi

2° Corso aggiornamento per mediatori professionisti Azienda Speciale Ricerca & Formazione. Venerdì 15 e Sabato 16

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Giacarta (Indonesia) - Partecipazione collettiva Fiera Indometal - aziende settore meccanica 20-23 febbraio

STATISTICA PREZZI

Indice prezzi al consumo FOI senza tabacchi gennaio 2013 (dalle ore 12.30) venerdì 22

Per le festività natalizie gli Uffici Internazionalizzazione e Promozione & Marketing dell'Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER della CCIAA di Udine chiuderanno dal 24.12.2012 al 04.01.2013 compreso.

Riapriranno lunedì 7 gennaio.

...da FRIULI FUTURE FORUM
Cicli di incontri

da GENNAIO:

_DESIGN2013: Quali input per il nuovo anno?
_INNOVAZIONE TECNOLOGICA: User-generated content - Imparare a comprendere il linguaggio delle tecnologie 2.0

_CIBODUEMILAVENTI:

L'anno nuovo: la cucina del giorno dopo
Innovazione tecnologica in cucina
Evoluzione della cucina di stagione
La brovada: innovazioni sul tema
Social network: nuove opportunità di comunicazione

da FEBBRAIO:

_CIBODUEMILAVENTI:

Dall'allevamento alla tavola con rispetto e qualità
Lavorazioni della carne di maiale: la "pestadice"
Il radicchio: dalla terra alla tavola
Cioccolato, caffè e vino: fanno male o fanno bene?

_DESIGN2013: Dalle reti al Peer to Peer - L'architettura logica di rete nel settore arredo

_GREEN ECONOMY: Il punto della situazione con le aziende. Con il coinvolgimento di aziende produttrici friulane

_GREEN ECONOMY: Comunicare "green". La comunicazione sostenibile

_LABORATORI CON GLI STUDENTI: Incontri tra studenti e imprenditori sulla cultura d'impresa. Cosa sanno i nostri ragazzi sulle aziende friulane?

_LABORATORI CON GLI STUDENTI: Forum di idee sul futuro

_VOCI DI IMPRESA: 30 minuti con... Storie di eccellenza raccontate in prima persona

Per date e orari aggiornati consultate sempre

www.friulifutureforum.com

ORARIO AL PUBBLICO CCIAA UDINE:

lunedì, martedì e giovedì:

mattino: dalle ore 8.30 alle ore 12.30

pomeriggio: dalle ore 14.15 alle ore 15.45

mercoledì e venerdì: dalle ore 8.30 alle ore 12.30

...dall'AZIENDA SPECIALE RICERCA&FORMAZIONE
Corsi di formazione

da GENNAIO:

Corsi gratuiti

_MARKETING
_DISTRIBUZIONE
_PROIEZIONI DI COSTI
_PROIEZIONI DI VENDITE
_NOZIONI DI FINANZA
_NOZIONI DI ECONOMIA
_FORME SOCIETARIE
_DIPENDENTI E COLLABORATORI
_SCRIVERE UN BUSINESS PLAN (I parte)
_SCRIVERE UN BUSINESS PLAN (II parte)
_PRODUZIONE
Corsi a pagamento
_WEB WRITING:SCRIVERE PER IL WEB
_PRIVACY ED ASPETTI LEGALI DELLA RETE
_IL MARKETING VIRALE COME STRUMENTO DI PROMOZIONE ONLINE
_SEO (Search Engine Optimization) Posizionamento dei motori di ricerca
_SEM (Search Engine Marketing) l'evoluzione del Web Marketing
_PROJECT MANAGEMENT (15 ore)

Per date e orari aggiornati consultate sempre

www.ricercaeformazione.it

Per le festività natalizie l'Azienda Speciale Ricerca&Formazione della CCIAA di Udine osserverà il seguente periodo di chiusura: dal 24.12.2012 al 04.01.2013 compreso.

SCADENZE (dicembre 2012 - giugno 2013)

Scadenza richiesta convalida annuale Codice Meccanografico - Commercio estero lunedì 31 dicembre 2012

Scadenza domanda contributo acquisto di autoveicoli ecologici e di quadricicli elettrici. giovedì 31 gennaio 2013

Scadenza bando Sostegno imprenditoria giovanile 2012 lunedì 30 giugno 2013

Scadenza bando Concessione di controgaranzie a sostegno dell'imprenditoria giovanile 2012 lunedì 30 giugno 2013

Un donatore moltiplica la vita



AIDO Regionale Friuli Venezia Giulia

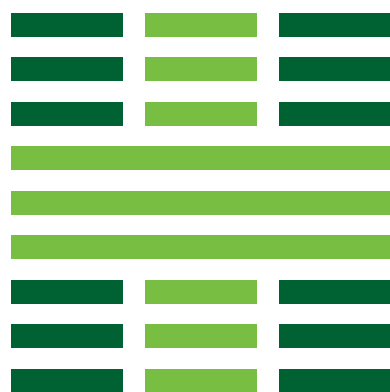
aido.reg_friulifvg@libero.it

AIDO Provinciale Pordenone

aido.prov_pordenone@libero.it

www.aido.it - Numero Verde 800-736745

Vi auguriamo un Felice Anno



farmacia san marco

La farmacia san marco si è caratterizzata per la forte propensione verso il naturale e la dermocosmetica, certi che la ricerca del benessere passi verso una ricerca a 360 gradi dello star bene. Ci occupiamo degli aspetti che vanno dalla prevenzione fino alla cura – anche della bellezza nel suo significato più assoluto – senza dimenticare la nostra origine scientifica.



Farmacia



Benessere naturale



Integratore alimentare



Omeopatia



Dermocosmesi



Igiene



L'angolo emozionale



ORARIO LUN-VEN 8.00-20.00 - *orario continuato*
SABATO 8.30-12.30 / 15.30 - 19.30

Viale Volontari della Libertà 42/a - Udine | Tel. 0432 470304 | info@farmaciasanmarco.net

www.farmaciasanmarco.net