

**VERSO EXPO****"Puntare sulle diversità"**

pag. ► 7

FINO AL 29 APRILE**Reti d'impresa, ecco il bando**

pag. ► 15

DAL 31 MARZO**Fattura elettronica al via**

pag. ► 16

Si torna al mercato



@

Imprese dite la vostra!Suggerimenti, informazioni, notizie, critiche e proposte sul mondo dell'economia **SCRIVETEICI!**udine.economia@ud.camcom.itE ci trovate anche sul web, sul blog www.udineconomia.wordpress.com e su twitter @udineconomia

Approfondimenti alle pagg. 2 e 3

di Giovanni Da Pozzo*

Economia in trasformazione per una nuova crescita

Un'economia in trasformazione è quella di questi tempi, ed è ciò che traspare anche dai servizi realizzati per questo numero di Udine Economia, che come temi d'attualità si concentra principalmente su due aspetti, pure molto diversi, ma significativi per esemplificare il fenomeno. Uno legato alla città, uno legato al mondo del credito e alle banche. Una trasformazione profonda è infatti quella che riguarda il commercio, la cui sofferenza si è acuita negli anni della crisi, soprattutto perché la maggior parte delle sue imprese si rivolge al mercato interno, in questo periodo durissimo soffocato e immobile, legato alla

frenata dei consumi e allo stallo della crescita. Dall'altro lato, nuove forme di commercio si stanno facendo strada, legate da un lato alle nuove tecnologie, ma dall'altro tramite un ritorno, pur rinnovato, al "mercato", alle piazze. Se dal 2009 al 2014 le imprese del commercio al dettaglio, in generale, sono calate del 3% in Fvg e del 2%

in provincia di Udine, gli ambulanti sono passati nello stesso tempo dai 1677 del 2009 ai 1778 del 2014 (+6%); i banchi e mercati al di fuori del negozio, dai 490 ai 592 (+20%). Un modo per diminuire le spese che gravano sulle piccole imprese e di necessità di risparmio dei cittadini, da un lato, ma anche una riscoperta del rap-

porto di vicinanza, della piazza da parte delle persone, soprattutto per quanto riguarda la spesa alimentare e dei prodotti agricoli, alla ricerca di maggiori controlli e genuinità. Il fenomeno è sintomo di una grande metamorfosi che sta includendo la società tutta e ne diventa espressione immediata e da tenere sotto la lente. Interes-

sa fortemente i centri cittadini, quelli di tutta Italia, ma in Friuli in modo particolare. Interessa dunque anche il centro di Udine, centro che a sua volta vive la necessità di trasformazioni per una nuova crescita, tra fondi Pisus e progetti dell'amministrazione, associazioni che si rinnovano come Udineldea e anche progetti come "Agen-

da del Futuro", guidato proprio dal nostro Friuli Future Forum assieme al Comune e all'Università e coordinato dall'Ocse, che nei prossimi mesi esprimerà le sue linee operative dopo il grande e complesso lavoro di ascolto e di raccolta "dal basso" fatto con una nutrita rappresentanza di cittadini e referenti del mondo economico e sociale della città. Altre grandi trasformazioni di cui trattiamo in questo numero sono quelle che riguardano il mondo del credito e delle banche, dalle Popolari e non solo, con le novità normative destinate ad avere riflessi importanti anche sul nostro territorio. Un quadro della situazione, con interviste e approfondimenti, nelle pagine centrali del numero.

*Presidente della Camera di Commercio di Udine

L'ALTALENA DEL CREDITO

«I numeri? Preoccupanti. Ma va sottolineato che siamo ancora sotto le media sia nazionale che del Nord Est». Giuseppe Graffi Brunoro, presidente della commissione Abi del Friuli Venezia Giulia, la voce di un sistema messo negli ultimi anni sotto accusa, osserva indicatori buoni e meno buoni, segnali incoraggianti e criticità persistenti, alti e bassi. [...]

a pag. 8

DONNE IMPRENDITRICI

Le imprese femminili attive al 31 dicembre 2014, in Fvg, sono 21.297, sulle 92.761 imprese totali, leggermente al di sopra della media italiana, con un valore del 23% del totale delle attive (22,3% in Italia). Nel 2014, in regione sono nate 1.431 imprese femminili (ne sono cioè nate in percentuale -8,8% rispetto al 2013) e i settori in cui trovano più spazi sono il commercio, il turismo e l'agroalimentare e i servizi alle imprese e alle famiglie. [...]

a pag. 11

Il boom delle bancarelle. Non solo una risposta alla crisi ma anche una richiesta del consumatore

ATTUALITÀ



L'INDAGINE

La metamorfosi del commercio

Oscar Puntel

Le bancarelle ridisegnano il profilo del commercio friulano. Cresce infatti il numero di ambulanti e di quelli che stendono banchi e mercati, al di fuori dei negozi. Secondo i dati Infocamere, elaborati dall'Ufficio Statistica della Cciaa, in cinque anni, il numero dei primi è cresciuto di 86 unità (da 793 a 879, ovvero: +10%), i secondi invece hanno registrato un aumento di 46 unità (+22%), passando dal 209 del 2009 ai 255 del 2014, nella sola provincia di Udine. Cifre, queste, sovrapponibili con quelle a livello regionale. Il trend è lo stesso: in Fvg, gli ambulanti passano dai 1677 del 2009 ai 1778 del 2014 (+6%); i banchi e mercati al di fuori del negozio, dai 490 ai 592 (+20%). Si noti che i dati vanno letti nel quadro generale dell'andamento del commercio al dettaglio, le cui attività intese come numero di esercizi attivi sono invece calate del 3% in Fvg e del 2% in Provincia di Udine. Insomma il piccolo commerciante che cerca il contatto in piazza, che propone e chiama la gente sulla strada vive un suo "boom", quanto meno numerico, e tampona l'emorragia delle serrande abbassate del commercio stanziale, generata dalla crisi.

Numeri che si spiegano come possibili assestamenti da altri settori, secondo **Cristiano Zabeo**, della sezione udinese della Fiva, la Federazione italiana venditori ambulanti: "Penso a provenienze da altri comparti economici, per esempio a operai che trovandosi a un certo punto senza lavoro hanno pensato di aprire un

Cresce il numero di ambulanti e di quelli che stendono banchi al di fuori dei negozi. E aumenta il desiderio di un mercato più corposo nel centro di Udine



proprio spazio, che può essere una attività di commercio ambulante". Il centro città ne esce cambiato? "La discussione va estesa e ampliata non solo a Udine, ma a tutto l'ambito provinciale o regionale. Come Fiva abbiamo portato molte proposte dal mercato europeo ad altri eventi mercatali che hanno funzione aggregante dei flussi commerciali verso la città. E poi non va dimenticato l'importante funzione sociale delle bancarelle nelle zone più periferiche del territorio dove non

c'è più la presenza di esercizi e dove l'ambulante dà un servizio primario alla comunità". La Fiva di Udine in realtà da anni lancia il suo messaggio perché il comune ripensi il mercato di Piazza XX Settembre, quello del centro storico: "Servirebbe un'espansione in termini di presenza degli ambulanti e con un effettivo cuore pulsante che possa poi espandersi anche in altre zone del centro. Insomma, fate un giro in Viale Vat a Udine e poi passate in centro: giusto per capi-

2009-2014: gli ambulanti in Fvg crescono del 6%, i banchi e mercati del 20%

re la differenza fra un mercato vero e un mercato rionale, in termini di numero di bancarelle. Il centro udinese merita un mercato più corposo, più variegato e in grado di generare dinamiche di flusso più

importanti per renderlo gradevole. Per fare questo è essenziale una sinergia fra tutti gli attori del commercio cittadino: penso agli operatori che hanno un "posto stabile" che hanno bisogno di più "giro" e questo può arrivare dal collega ambulante, che ha una sua funzione attrattiva. Credo che anche nel commercio, oggi, non si possa più parlare di settorialità, ma bisogna imparare a ragionare in termini di gruppi complessivi, di reti di imprese effettive, per avere un

rilancio e riportare le persone in centro". Dall'osservatorio di Campagna Amica, secondo Coldiretti, Udine è stato invece realmente rilanciata grazie alle bancarelle dei produttori agricoli: "La richiesta dei nostri mercati in città e nei paesi è sempre maggiore", spiega **Vanessa Orlando**, responsabile di "Campagna Amica" Friuli-VG. "Questa dinamica la registriamo sia a livello regionale che provinciale e sta crescendo tantissimo. Sono le stesse amministrazioni comunali a chiamarci". Oggi, le bandiere gialle di questa associazione di categoria sventolano su sette piazze: Udine centro, in piazza XX Settembre (per due giorni), Udine Villaggio del Sole (piazza Carnia), poi Codroipo, Manzano, Cividale, Passons e Udine Sant'Osvaldo. E il successo di questa inattesa richiesta, continua Orlando, sta tutta nella "consapevolezza nel consumatore di quello che è l'acquisto diretto, dal produttore. Che significa km zero, filiera corta, sicurezza alimentare. Chi compra da noi sa che i prodotti sono controllati: non solo in azienda ma anche da un ente esterno. Questo mutamento nel comportamento degli acquisti e questa ricerca della qualità fanno sì che ci chiamino anche nei centri urbani: i produttori è facile trovarli fuori e in città sono diventati un vero e proprio richiamo". Così dal 17 aprile, il prossimo avamposto sarà a Marano Lagunare: ottava piazza friulana con gli stand di Campagna Amica, con la vendita diretta del pescato fresco, il venerdì mattina, al porticciolo di piazza dello Squero. Per tutta l'estate, le bancarelle si isseranno sui barconi appena rientrati.

CAMPAGNA AMICA

"La gente cerca il km 0 e il prodotto sano"

Metti un mercoledì mattina al mercato agricolo di Campagna Amica del Villaggio del Sole, zona nord di Udine. Fra gazebo che si stanno chiudendo e cassette che si stanno risistemando, incontriamo coloro che più di tutti vivono il momento d'oro del commercio ambulante. Sono gli agricoltori-produttori della vendita diretta: quello che spunta sui campi finisce direttamente nella borsa della spesa, certo con controlli e standard di qualità da rispettare, ma senza altri banconi intermedi, ancorché grossisti. Insomma, rende questo affrancarsi da precedenti attività per mettersi sulla piazza? Per **Mariangela Uaran**, coadiuvante dell'Azienda agricola Natalino Cester di Virco di Bertiolo, ha rappresentato una svolta: "Noi vendevamo frutta e verdura al mercato Ortofrutticolo, fino agli anni Novanta. Lì dovevi affidarti ai loro conteggi, qui invece ti gestisci direttamente. E il controllo della vendita è in mano a te. Poi, ti puoi anche creare un nome, facendoti conoscere grazie ai prodotti che offri". **Adriano Mizza**, 68 anni, di Pagnacco, ha ripreso la vanga in mano, dopo la pensione. Ora anche

lui ha il suo furgoncino bianco e i frutti della sua terra: "Questa è un'opportunità per tutti, basta avere tempo a disposizione e buona volontà. La gente cerca il km zero, il prodotto sano e di qualità. E non puoi barare: se prendi le cose all'ortofruta e sei scoperto, allora puoi chiudere. Non ti compreranno più". Concorde **Alida Pasut** di Camino al Tagliamento, che vende ortaggi idroponici: "Il consumatore ti cerca per la qualità e la salubrità del tuo prodotto. Certo, a inizio mese vedi le entrate, poi magari arrivi a fine mese con solo gli spiccioli". Il più giovane del gruppo dei venditori si chiama **Davide Rossi**, ha 24 anni e arriva



dell'Agriturismo Colonos di Villacaccia di Lestizza. Vende carne di maiale e insaccati biologici e ci spiega che lui lo fa soprattutto per dare una continuità professionale all'attività di famiglia. "Questo è un mestiere che ti deve prima di tutto piacere, c'è il contatto con la gente. Poi devo dire che ci troviamo anche bene fra di noi e cerchiamo di aiutarci", dice mentre aiuta la vicina a richiudere il bancone. Cambia lo scenario, al mercato di Piazza XX Settembre. Siamo di martedì. Qui gli ambulanti sono più variegati. Ci sono produttori e ci sono i commercianti. Il momento è difficile lo registrano soprattutto questi ultimi. **Katia Dissette** di Udine sistema le borsette e gli ultimi capi sul van: "Vedremo quanti chiuderanno. Soffriamo una concorrenza sleale spaventosa, quando sul mercato si immettono prodotti di scarsa qualità, che vengono comprati solo perché hanno basso prezzo". Poco più in là, **Nadia** di Pordenone, da 30 anni nei mercati rionali, ma da un mese e mezzo a Udine, con i suoi formaggi. "La crisi morde, la gente vorrebbe comprare ma non può permetterselo. La bancarella è uno sbocco, perché investi di tuo,



chi ti assume altrimenti? Se hai il coraggio e riesci a sostenere le spese iniziali è un buon inizio, basta anche poco investimento. Rimane il problema delle tasse, dei contributi da versare e delle spese, che sono comunque alte". Un'istituzione quanto a frutta e verdura è **Michele Basso**, ambulante di Padova: "La bancarella rende se sei produttore e non commerciante: io sono commerciante e ho molte più tasse, ho dipendenti. Certo, poi devi costruirti un nome. Qua ormai tutti mi conoscono. Mezzo secolo sulla piazza di Udine è un onore guadagnato sul campo". Da due lustri, invece ci arriva col suo pesce fresco, **Ennio**, di

Venezia. "Siamo bersagliati, tartassati, bloccati. Si lavora dalle 3 di mattina alle 6 di sera. Rendevo fino a qualche anno fa, adesso causa la crisi tutto è diventato difficile". Più in là, **Loredana Capri** sistema le ultime cassette di latticini dell'azienda agricola "La di Cjastelan", che aderisce anche a Campagna Amica. "Il consumatore cerca: qualità, primizia, varietà e garanzia del prodotto. All'agricoltore consente una monetizzazione rapida del prodotto. E per un'attività che è già vincolata da fattori come il clima e il meteo, la sua commercializzazione è fondamentale". **O.P.**

UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:
Giovanni Da Pozzo

Direttore responsabile:
Chiara Pippo

Caporedattore:
Davide Vicedomini

Editore e Redazione:
Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432.273111/543
mail: urp@ud.camcom.it

Per scrivere alla redazione:
udine.economia@ud.camcom.it

Progetto grafico:
Colorstudio

Impaginazione/Fotoliti:
Digigraf - Udine

Stampa:
Finegil Editoriale S.p.A.
Divisione Nord-Est

Fotoservizi:
Foto Diego Petrusi - Udine

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

La Presidente Adriana Calcaterra "Dobbiamo trovare una nuova identità". Un aiuto potrebbe arrivare anche dal city manager

ATTUALITÀ



L'INTERVISTA

"Rilanciare il centro"

Udineidea punta a fare rete. Molte le proposte: dagli aperitivi culturali alla Notte Bianca più commerciale

Rosalba Tello



Alla ricerca di una nuova identità. Così appare Udine oggi, città elegante ma percepita in decadimento, mondana la sera e nei locali, eppure così poco vitale nelle ore pomeridiane e nello shopping. A disegnare un nuovo profilo che dia smalto al centro, Udineidea con la sua neopresidente Adriana Calcaterra, titolare assieme al marito dello storico negozio Vattolo.

Un rilancio su cui il consiglio del "centro commerciale naturale" di Udine, quasi completamente rinnovato, punta coinvolgendo i commercianti e chiedendo piena sinergia con l'amministrazione comunale.

Finora la "nuova" Udineidea si è riunita due volte e ha espresso la volontà di un gruppo "grintoso e con gran voglia di fare, desideroso di apportare positività"; il prossimo incontro sarà quello decisivo per stabilire le linee guida della programmazione del biennio. Intanto abbiamo chiesto al Comune un elenco degli eventi organizzati in città - spiega Calcaterra - per fare rete tra le proposte in programma e gli operatori commerciali. Vogliamo dare forza e unione ai commercianti, che dovranno comunicare maggiormente anche tra loro".

Una questione che parte da lontano: "sono anni che il centro storico è in sofferenza, e per una serie di concause: scelte sbagliate dell'amministrazione pubblica, presenza di troppi centri commerciali in un bacino di utenza piccolo, trasformazione socio-culturale dei consumatori, crisi generalizzata. Un mix di fat-

tori che ha svuotato il centro rendendolo meno interessante e appetibile. Al pomeriggio la città è semideserta, manca il passeggio, è come se la gente si fosse disamorata di frequentare il centro. Dobbiamo trovare una nuova personalità, puntando su eleganza e stile. Io adoro Udine e mi spiace che abbia perso attrattiva; siamo tutti delusi e forse stremati, ma Udineidea trasmetterà ottimismo, perché vogliamo che gli udinesi riscoprano la loro città. Al Comune segnaleremo anche l'importanza del ruolo del city manager".

Secondo la presidente Udineidea, "la città si è sentita abbandonata. Ha avuto problemi di relazioni con chi doveva valorizzarla. Abbiamo quindi suddiviso il centro in 5 "spicchi" e ogni consigliere di Udineidea busserà la porta di tutti coinvolgendo nuovi associati. Sarebbe bello promuovere aperitivi culturali, presentazione di libri in piazza, far vivere scorci, angoli, piazze, e magari avere una fermata della metropolitana leggera in piazza 1° Maggio o in via Mercatovecchio, all'inizio della salita del Castello, come un punto d'arrivo nel

salotto del centro storico". Nessuna intenzione di sostituirsi alle associazioni di categoria di commercianti e artigiani, "a cui anzi ci affianchiamo", precisa Calcaterra. Con le nuove quote associative che si guadagneranno - congrue e abbordabili, assicura -, si spera di rimpinguare la cassa: "Fondi non ce ne sono, stiamo capendo come finanziare le nostre operazioni".

Il migliore confronto per valutare virtù e difetti del centro è quello con il turista: "i visitatori trovano la città bellissima dal punto di vista artistico e architettonico, pulita, a misura d'uomo. A molti ricorda Venezia. Partiamo da queste positività e mettiamo da parte le lamentele, ognuno faccia la propria parte per migliorare, creiamo insomma un'unione d'intenti".

L'associazione indirà a breve un'assemblea pubblica con gli associati, ma aperta a tutti gli interessati, per esporre il programma e accogliere suggerimenti. "Ascolto e comunicazione sono stati spesso gli anelli mancanti: il Comune organizza eventi e gli operatori magari non ne sono a conoscenza. Ci muoveremo perciò sulla piattaforma dei social, strumenti utili per informare sulle nostre iniziative in collaborazione con l'assessorato alla cultura".

Ecco alcune anticipazioni del programma: il coinvolgimento di realtà teatrali e musicali come la Nico Pepe e il Conservatorio, nuove idee per il Natale, amplificazione della valenza commerciale della Notte bianca con la richiesta al Comune di sgravi per l'occupazione di suolo pubblico, "affinché la festa si faccia anche all'esterno dei negozi".

IL GIORNALISTA PAOLO MEDEOSI

"Udine può crescere"

Udine può crescere e rinascere solo valorizzando quello che ha di unico e di diverso, conquistando la fantasia della gente e ritrovando lo spirito della città. Ne è fortemente convinto Paolo Medeossi, udinese, giornalista del Messaggero Veneto dal 1973 al 2013 e caporedattore della cronaca cittadina per molti anni.

Facciamo un passo indietro: com'è cambiata Udine?

La storia di Udine degli ultimi 20 anni è legata in modo inconfondibile all'accerchiamento commerciale subito dalla città: il proliferare dei grandi centri per lo shopping fuori dal centro ha stritolato Udine e le ha tolto l'anima e l'identità di cuore pulsante del commercio.

Sembra un'evoluzione quasi inevitabile.

In parte lo è, la crescita dei grandi centri commerciali non riguarda di certo solo Udine, ma credo che qui siano mancati sia una visione globale del territorio e delle sue caratteristiche, sia un coordinamento tra la città e i comuni dell'hinterland nel programmare e gestire questa evoluzione e il loro rapporto di scambio. Il risultato è che Udine si ritrova pesantemente sola ed "accerchiata".

Se pensiamo anche al nuovo stadio Friuli che dovrebbe diventare grande polo di attrazione per sport, commercio e intrattenimento, il rischio è che anche questa opera "porti fuori" le persone dal centro storico.

Cosa si potrebbe fare di diverso?

Bisogna ripartire dall'identità e dalla valorizzazione dell'unicità: promuovere e comunicare ciò che si può fare solo a Udine, conquistare la gente, attirarla e offrire un'alternativa ai centri commerciali dove si trova tutto e si parcheggia senza difficoltà.

Non penso solo all'offerta di negozi, ristoranti e locali, ma anche ad un uso diverso dei luoghi culturali della città, ad una promozione che costruisca reale attrattività sulle persone, all'utilizzo dei tanti edifici storici rimasti vuoti.

L'agenzia Udineidea nata per promuovere il centro può rappresentare un'opportunità?

Absolutamente sì, altrimenti l'idea del centro commerciale naturale resta teoria: l'associazionismo tra i commercianti è stato fondamentale nel passato di Udine e può esserlo anche adesso per innescare la crescita della città e la nascita di nuove idee e proposte da parte di chi lavora quotidianamente a contatto con le persone.

Le storiche associazioni udinesi come "Amici di via Mercatovecchio" - che organizzava la popolarissima lotteria dell'epifania - o "Il cuore di Udine" avevano grande potere di iniziativa e di coinvolgimento per la città.

Francesca Gatti

L'AMMINISTRAZIONE

Arrivano i fondi Pisus

Sono "solo" 4 milioni ma, come si suol dire, meglio che niente. I fondi Pisus che giungeranno nelle casse del Comune di Udine sono più di una goccia nell'oceano, e l'amministrazione ha tutte le intenzioni di utilizzarli al meglio per valorizzare il centro storico (il finanziamento non riguarda le periferie).

Il pensiero va subito a

via Mercatovecchio, vocata a salotto buono della città assieme alla limitrofa piazza San Giacomo, che però appare meno bisognosa di un rilancio. L'assessore **Alessandro Venanzi**, delinea i tre punti su cui si intende investire i fondi: le opere pubbliche, progetto in parte già sviluppato in alcune aree, come Largo dei Pecile; comunicazione e marketing culturale e turistico; finanziamenti a fondo perso (1.400 euro) come incentivo alle imprese del centro storico per chi efficiente, abbatte barriere architettoniche, e via dicendo.

"Vista l'indagine svolta sulle tipologie da portare in centro - afferma l'assessore -, vorremmo favorire l'insediamento di alcune merceologie richieste affinché la città diventi un grande quartiere dove passeggiando si trova dal macellaio alla lavanderia, puntando però alla fidelizzazione del cliente, plus valore che il centro commerciale non ha". Il Comune ovviamente non può stabilire chi far aprire in centro, né contingentare, ad esempio, il numero di bar, che in centro pullulano. Però può "tirare le orecchie" ai privati: gli affitti, ribadisce Venanzi, sono troppo alti, i proprietari non scendono nemmeno di 100 euro. Risultato: tanti locali vuoti. "E allora cercheremo di aumentare l'Imu, così non ci sarà vantaggio a lasciarli sfitti e inaccessibili". Sui servizi Udine non ha problemi di fruibilità, "basta vedere le problematiche del capoluogo regionale, però abbiamo il difetto di piangerci addosso, un pessimismo tutto friulano. Diamoci da fare, invece, e i privati facciano sforzi assieme all'ente pubblico. Oltre ad aumentare l'Imu non possiamo altri strumenti per intervenire sulle politiche sugli affitti. Quattro milioni sembrano tanti ma sono una briciola in una città di 100mila abitanti. Tutti devono fare la propria parte".

Il sogno di Venanzi - che sul commercio e turismo ha istituito un tavolo permanente con stakeholder e associazione di categoria - è di vedere via Mercatovecchio con bar e ristoranti in strada, poter cenare all'aperto come nella notte bianca, togliere bus e fermate (persino le navette), vietare ogni transito. "Porteremo avanti il regolamento sui dehors per riempire via Mercatovecchio di verde e panchine".

Il centro si potrà vivere a piedi in modo naturale quando sarà pronto il parcheggio coperto di piazza 1° maggio. Ne è convinto il sindaco **Honsell**, sottolineando che la struttura vanterà una politica concorrenziale dei prezzi. "Coi risparmi metteremo a posto via Mercatovecchio, ma tutto è legato al trasporto pubblico locale: finché non viene definita la gara è difficile progettare gli anni prossimi, e gli autobus che passano oggi sono troppo grandi".

A Honsell non convince la Ztl ("non è lo strumento migliore"), perché le auto restano comunque privilegiate, ma il problema del commercio sta nella recessione, "e ovviamente anche all'iper-trofia di centri commerciali e in una certa cultura consumistica che ha preso il sopravvento. Bisogna però che tutti si chiedano cosa fanno per lo Stato e non solo viceversa, e smetterla di pensare che il centro non funziona. E' invece pieno di eventi promossi dal Comune (le mostre in Casa Cavazzini, le notti bianche, la giornata dell'energia, il Carnevale, Udine Estate) e attira sempre tantissima gente".

R.T.

Imprese commerciali - Consistenza delle imprese attive nel Comune di Udine (Ateco 2007)

	Variazione 2014/2009 v.a.	%
Comm. All'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli/motocicli	-34	-1.49%
Comm.,manut.e rip.autov.e motocicli	-11	-5.70%
Comm.ingr.e interm.del comm.escl.autov.	-52	-4.87%
Comm.dettaglio di cui	29	2.83%
Esercizi generici	1	33.33%
Esercizi non specializzati (G47.1)	11	13.75%
Esercizi alimentari, bevande, tabacco (G47.2)	-3	-2.52%
Carburanti per autotrazione in esercizi specializzati (G47.3)	3	7.14%
Apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni (ICT) in esercizi specializzati (G47.4)	9	52.94%
Altri prodotti per uso domestico in esercizi specializzati (G47.5)	-1	-0.92%
Di articoli culturali e ricreativi in esercizi specializzati (G47.6)	-12	-9.09%
Altri prodotti in esercizi specializzati (G47.7)	-32	-8.86%
Ambulante (G47.8)	45	36.89%
Al di fuori di negozi, banchi e mercati (G47.9)	8	20.00%
Alloggio I55	5	15.63%
Attività dei servizi di ristorazione	72	11.92%
Attività generica (I56)	0	0.00%
Ristoranti ed attività di ristorazione mobile (I56.1)	21	8.08%
Fornitura di pasti preparati-catering-ed altri servizi di ristorazione (I56.2)	0	0.00%
Bar ed altri esercizi simili senza cucina (I56.3)	51	15.18%
TOTALE commercio e alberghi, p.e.	43	1.47%
Totale imprese attive	55	0.65%
% imprese commerciali e ospitalità		

Fonte: Elaborazione dell'Ufficio Statistica della CCAA su dati Infocamere

Una costante attività che mira all'innalzamento degli standard di isolamento termico dei prodotti

IMPRESE



MIXALL

Una finestra sul futuro

Serramenti unici in alluminio - legno grazie alla ricerca e all'innovazione

Giulia Zanello

Progettazione, innovazione e ricerca per elevare gli standard dei prodotti e, sfruttando la carta vincente del design Made in Italy, affacciarsi ai mercati dell'area euro e internazionali. L'azienda Mixall di Pradamano produce sistemi misti per la costruzione di serramenti in alluminio-legno e, forte di una tecnologia progettuale e costruttiva tra le più avanzate del settore, assieme all'ormai ventennale esperienza accumulata, è una realtà leader quando si parla di infissi metallici. Nata nel 1999 l'azienda, che ha sede alle porte di Udine ed è guidata da Gianni Nigris, si è distinta principalmente nella progettazione dei serramenti mediante una costante attività di ricerca e innovazione, mirate in modo particolare al superamento e all'innalzamento degli standard di isolamento termico dei prodotti e puntando sui mercati caratterizzati soprattutto da climi freddi. Mixall vanta sistemi brevettati, in Italia e in molti Paesi esteri, e l'obiettivo è quello di espandersi sempre più su scala internazionale e su "piazze" dinamiche. Si parla di un'azienda il cui fatturato - seppur in diminuzione nell'ultimo triennio a causa della sfavore-



vole congiuntura del mercato edilizio, in continua contrazione - si spalma per il 40 per cento sull'area euro (35 per cento in Italia, 5 area euro), mentre la parte del leone, con il 60 per cento, la fa il resto del mondo. Est Europa, Asia e Medio Oriente sono i mercati stranieri sui quali è presente Mixall. "La nostra permanenza su queste realtà deriva dall'elevato standard di qualità dei nostri prodotti - afferma Gianni Nigris -, che ben si sposa con il riconoscimento che il design "Made in Italy" ottiene al di fuori del territorio nazionale. Una permanenza, quella sul mercato internazionale, non di certo semplice per una media impresa: "risulta quasi obbligatorio ricercare un partner commerciale sul territorio - continua -, ben inserito nel tessuto locale e con competenze tecniche di

primo livello, che possa supportare l'azione dell'azienda di riferimento". Attenzione costante al proprio mercato di riferimento, in aggiunta al continuo rinnovo

Mixall vanta sistemi brevettati, in Italia e in molti Paesi esteri, e l'obiettivo è quello di espandersi su scala internazionale

vamento, sono dunque le solide fondamenta del brand, sostenute da un organico snello, dinamico e improntato a precise politiche di qualità. "Un notevole sforzo - rimarca Nigris - è sta-

to incanalare le grandi energie creative, quelle che fino ad oggi hanno garantito il successo del marchio, attraverso un'analisi del processo di realizzazione di nuovi prodotti, dei possibili errori, dei rischi e dai dati dello storico aziendale; tale processo è stato reso sistematico e controllato". Anche se per l'azienda friulana è importante raggiungere il risultato in termini di fatturato, una delle priorità rimane sempre e comunque quella di poter garantire continuamente ai clienti l'affidabilità nel rinnovamento dei prodotti, una filosofia che la ditta non perde mai di vista: "questo può avvenire unicamente controllando - aggiunge il presidente di Mixall -, con cura quasi maniacale, tutti gli standard e i parametri produttivi e fornendo un accurato servizio di assistenza

IN CIFRE

60% fatturato extra Ue

6.000 mq superficie dell'azienda

13 Nazioni coperte da distributori Mixall

1999 anno di nascita dell'azienda

35% percentuali che si realizzano in Italia

5% percentuali che si realizzano in area euro

60% fatturato nel resto del mondo.

2005 si presenta alla Big5 di Dubai

CURIOSITÀ

L'evoluzione del sistema

L'azienda nel 2003 ha brevettato l'innovativo sistema che permette di collegare il profilo in legno alla struttura portante in alluminio con un sistema di aggancio meccanico a scatto. Negli anni successivi, l'attività di Mixall ha puntato a incrementare l'offerta commerciale con le più diverse tipologie di infissi (alluminio-legno, alluminio a taglio termico, alzanti scorrevoli). Tanto che i sistemi Mixall sbarcano nel 2010 persino alla fiera Big5 di Dubai. Preceduti da due anni di intensi studi di progettazione, nel 2013 vengono presentati all'esposizione Klimainfisso di Bolzano e Mosbuid - a Mosca - i tre modelli top di serie per quanto riguarda il settore degli infissi in alluminio/legno, alluminio a taglio termico e scuro a taglio termico. Questi prodotti sono precursori di un nuovo rinnovamento della gamma, che ha trovato ulteriore slancio con l'introduzione del controltaio multiplo universale Eplu, componente fondamentale per una completa riqualificazione del foro finestra nella ristrutturazione.

(G.Z)



AIPEM Compie 40 anni la storica agenzia. E oggi guarda all'internazionalizzazione

La comunicazione non si ferma mai

Ci sono aziende, realtà, che nascono grazie ad un'intuizione, grazie alla voglia di mettersi in gioco prima di tutti, magari in settori ancora poco conosciuti ma che potrebbero portare lontano e crescere nel tempo.

Questo è quanto è successo ben 40 anni fa con Aipem, storica agenzia di comunicazione e marketing con sede a Udine e Milano, che ha stabilito un prestigioso record di longevità e si dichiara pronta ad affrontare le sfide del mercato attraverso nuovi servizi di consulenza per l'internazionalizzazione delle imprese. 26 dipendenti, collaborazioni con aziende note sul panorama nazionale ed estero in settori che spaziano a 360 gradi, un fatturato che nel 2014 ha toccato quota 1.860.000 euro. A credere in un settore, all'epoca ancora tutto da esplorare, ancor di più in un contesto provinciale come quello di Udine, il fondatore e amministratore delegato dell'azienda Paolo Molinaro.

"Visti con gli occhi d'oggi gli anni 70 erano tempi nei quali c'erano grandi spazi per le intuizioni. Negli stessi giorni del 1975 in cui Bill Gates fondava la Microsoft, io fondavo

l'Aipem e, due anni prima della Apple di Steve Jobs, adottavo la mela come simbolo. Erano gli anni in cui la "propaganda" diventava "pubblicità" e la pubblicità iniziava a viaggiare via etere: nel 1977 assieme ad altri "visionari" fui fra i fondatori dell'emittente televisiva Telefriuli, inventando nome e logotipo. In quel contesto di euforia comunicativa, assolutamente innovativa, nacque anche l'idea di un'agenzia che andasse oltre i soliti studi grafici".

Da allora Aipem con oltre 1.500 campagne di pubblicità alle spalle.

"Un risultato che accolgo

Aipem ha realizzato dal 1975 ad oggi oltre 1500 campagne di pubblicità

con molto orgoglio personale - prosegue Molinaro, - e che dimostra la bontà dell'intuizione che ha fatto nascere l'agenzia. Sono tantissime, infatti, le aziende che abbiamo supportato in questa avventura lunga 40 anni e fra loro siamo parti-

colamente orgogliosi di aver realizzato la scorsa estate la campagna per Lattarie Friulane. Il lavoro di cui siamo maggiormente fieri, sicuramente importante ma soprattutto socialmente utile e rappresentativo per noi friulani. L'attività di comunicazione ha consentito all'azienda di recuperare la fiducia dei consumatori e le sue quote di mercato".

Negli anni Aipem ha costru-



La recente campagna per Lattarie Friulane

to un percorso di crescita continua nelle dimensioni e nella professionalità, diventando la prima tra le agenzie di comunicazione indipendenti italiane a raggiungere i 40 anni di attività mantenendo sempre la stessa denominazione, proprietà e direzione.

"Il raggiungimento di questo traguardo storico - aggiunge Molinaro - non ci fa guardare al passato, anzi ci dà ancora più entusiasmo e propulsione per guardare al futuro con propositività, plasmando i nostri servizi attorno ad un mercato in continua evoluzione e con sempre nuove necessità. I social e il web marketing, per esempio, sono una risorsa straordinaria dalla quale nessuna azienda può esimersi dal confrontarsi perché genera cultura e cambiamenti degli stili di consumo a velocità incredibili, che possono fare la fortuna degli imprenditori più ambiziosi ma anche essere fatali per le aziende conservatrici. A tal proposito va detto che c'è una situazione abbastanza paradossale nella nostra regione, soprattutto in relazione alle nuove tecniche di comunicazione. Da un lato c'è un'offerta di servizi digitali e di web mar-



keting davvero innovativi per merito di tanti giovani e anche start up di grande intuito che hanno deciso di intraprendere questo cammino; dall'altro, invece, assistiamo a una domanda delle aziende tardiva e timo-

Oggi l'azienda accompagna oltre una decina di realtà italiane su 37 Paesi

rosa segno di una mancanza di strategia o di fiducia nella forza del digitale con investimenti economici decisamente al di sotto rispetto alle aziende del vicino Veneto. E questo non è un bel segnale".

Consolidata l'expertise e leadership nella comunicazione tradizionale e in quella digitale,

Aipem sta sviluppando un nuovo modello di agenzia per aiutare le imprese anche nei processi di internazionalizzazione. "Oggi noi accompagniamo oltre una decina di realtà italiane con prodotti BtoB e/o BtoC, su 37 Paesi in gran parte europei e americani con servizi quali: market insight, e-commerce, social media marketing, direct marketing e visibilità sui motori, per i quali gestiamo anche tutta la rendicontazione e le performance sul budget. Inoltre Aipem ha concentrato tutta la sua esperienza e i suoi valori in una visione innovativa chiamata A-Factor: una nuova formula di collaborazione che, prima in assoluto, prevede per Aipem anche la condivisione del rischio con il cliente, proprio come un partner pienamente coinvolto nei processi aziendali e orientato al risultato."

Luciana Idelfonso

La nascita negli anni '50, il trasferimento a Torviscosa, la svolta industriale e gli investimenti tecnologici

IMPRESE



LAVANDERIA ADRIATICA

Chiari per tradizione

L'azienda è leader nel comparto della detergenza per alberghi e ristoranti

Paola Treppo

Nasce a Villa Vicentina come piccola impresa, nei primi anni Cinquanta del secolo scorso. Da allora a

Per gli anni avvenire si punta su nuovi articoli in comodato, a una gamma più vasta di prodotti a noleggio

oggi, la "Lavanderia Adriatica" è sempre cresciuta, investendo in macchine, attrezzature e in formazione del personale, oltre a diversificare la sua offerta di servizio e a prestare particolare attenzione all'ecosostenibilità ambientale. "Gli anni '50 - spiega il contitolare, Damiano Ghini -, sono stati il decennio della rinascita e della vitalità. È allora che nasce l'impresa: una lavanderia a conduzione familiare che operava con caserme, ristoranti e con gli alberghi della zona". La realtà prende forma a conduzione familiare ma si caratterizza fin da subito da una forte professionalità.

Nel 1995 il trasferimento da Villa Vicentina: la "Lavanderia Adriatica" si stabilisce a Torviscosa, la "Città Fabbrica" dove opera oggi, in prossimità del polo chimico in fase di rilancio. È un momento di svolta importante: l'azienda lascia la sua dimensione artigiana per assumere una statura industriale. La nuova sede, infatti, permette di creare reparti completamente nuovi e di adottare metodologie di lavoro più moderne. "Molti nuovi clienti, non a ca-



so, scelgono la lavanderia come loro partner - spiega Ghini -. Nel 2006 viene avviato un massiccio programma di investimenti che, nel corso di cinque anni, portano a un radicale ammodernamento impiantistico e produttivo". Viene abbandonato il sistema di produzione "a magazzino" per passare al più performante "just in time". Il livello tecnologico raggiunto oggi fa di "Lavanderia Adriatica" una delle lavanderie industriali più moderne e tecnologicamente avanzate del settore, nonché leader regionale nel comparto della detergenza per alberghi e ristoranti. "Per il futuro l'azienda guarda ad ancora più prodotti e ad ancora più servizi - entra nel dettaglio il contitolare -. Sarà sempre più facile usufruirne da parte della clientela". Per gli anni avvenire si punta su nuovi articoli in comodato, a una gamma più vasta di prodotti a noleggio, sia tessili che d'arredo, a prestazioni esclusive e a ulteriori investimenti, sia in tec-

L'alta specializzazione delle apparecchiature impedisce agli operatori di entrare in contatto diretto con le sostanze pulenti e i prodotti chimici utilizzati

nologia - per il controllo della qualità - sia sul fronte informatica, per una più semplice fruizione dei servizi da parte dei clienti. Ma c'è qualcosa in più che qualifica questa realtà industriale: "Lavanderia Adriatica" coniuga, infatti, umanità e tecnologia con l'utilizzo dei macchinari più avanzati: l'intero processo è automatizzato e viene controllato costantemente dai manutentori nel suo funzionamento. L'alta specializzazione delle apparecchiature, inoltre, impedisce agli operatori di entrare in contatto di-

retto con le sostanze pulenti e i prodotti chimici utilizzati. "Etica e impresa vanno di pari passo in "Lavanderia Adriatica", dove la cultura aziendale e la condivisione dei valori producono effetti positivi che si riflettono sull'intera comunità - sottolinea Ghini -. Un virtuoso protagonismo il cui fine è generare una ricchezza che oltrepassa i confini dell'organizzazione, per avviare un progresso positivo, il cui scopo è il bene comune". L'impresa, tra l'altro, è tra le prime lavanderie di settore ad aver ottenuto l'importante certificazione "UNI EN 14065" che assicura il controllo della biocontaminazione nel lavaggio industriale: i capi spediti sono disinfettati e igienizzati. La norma descrive, infatti, un sistema di analisi del rischio e del controllo della biocontaminazione che garantisce a ciclo continuo la qualità microbiologica dei tessuti trattati. La certificazione prevede, inoltre, un rigoroso programma di controllo interno effettuato a cadenza regolare, come i tamponi, le analisi eseguite ogni tre mesi su superfici e prodotti per misurarne la carica batterica, la validazione certificata dei lavaggi - svolta ogni anno da un'azienda esterna - e la continua analisi delle acque di scarico. Nulla viene lasciato al caso, insomma, fin dal primo step, quello del ricevimento: la biancheria "in entrata" viene controllata manualmente una prima volta, per rimuovere gli elementi esterni più evidenti che potrebbero danneggiare i macchinari. I capi sono quindi smistati e conteggiati meccanicamente: la divisione della merce è automatizzata, al fine di annullare la probabilità dell'errore umano.

CURIOSITÀ

La biblioteca aziendale

I titolari di "Lavanderia Adriatica", Damiano Ghini e Anna Paolini, si sono distinti per aver portato in azienda la cultura e l'arte, in un contesto caratterizzato da una lunga storia di lavoro femminile, spesso ripetitivo e faticoso. Dal gennaio 2012 è attivo, infatti, un conto a carico dell'azienda presso la libreria Einaudi di Corso Vittorio Emanuele, a Udine.

Tutti i lavoratori possono accedervi, acquistando libri che vengono poi pagati, appunto, da "Lavanderia Adriatica". Una volta letti, i volumi vanno ad arricchire la "biblioteca aziendale", un vero unicum, e vengono messi a disposizione di tutti i collaboratori gratuitamente. L'iniziativa ha subito preso piede e i libri ritirati sono stati veramente numerosi.

In fabbrica, tra l'altro, si tengono anche incontri letterari, letture di poesie e concerti, dedicati non solo ai dipendenti ma anche ai loro familiari. Innovazione tecnologica, quindi, ma anche e soprattutto "creativa", legata al "valore cultura".

Per questa singolare progettualità, "Lavanderia Adriatica" è stata destinataria di un premio, il "Creaa", sezione del "Bma Awards" dedicato alle imprese che hanno realizzato iniziative in collaborazione con partner culturali di particolare rilievo.

Tra gli incontri in azienda anche quello con Fabio Franzin e delle sue poesie che parlano del rapporto tra la persona e il lavoro, tra la fatica e il vivere quotidiano.

LA SEDE



"Lavanderia Adriatica" sorge in un complesso storico, emblema della recente storia di Torviscosa, cittadina nata come villaggio operaio nel 1938. La sede è un esempio perfetto di recupero del patrimonio architettonico e di riqualificazione dell'area. L'azienda dà lavoro oggi a una settantina di addetti, molti dei quali sono donne. È certificata ISO 9001 e UNI EN 14065.

IN PILLOLE

VOM FASS

In piazzetta Marconi l'unico punto vendita in regione della catena tedesca

Oli e aceti per veri intenditori

Guarda, assaggia e gusta. È il motto di Vom Fass, un insolito negozio in piazzetta Marconi, alla fine di via Mercatovecchio, senza ombra di dubbio unico nel proprio genere. Si perché è il primo punto vendita in Friuli Venezia Giulia - avviato in franchising dall'azienda tedesca che ha sede a Waldburg, tra il Lago di Costanza e la Foresta Nera, e che da 100 anni produce aceto - a proporre una vasta e ricercata selezione di oli, aceti balsamici, liquori, grappe e distillati sfusi che, prima di essere acquistati nella quantità desiderata, possono essere assaggiati direttamente dalla botte e confezionati, secondo le preferenze di ciascun cliente, in diversi tipi di bottigliette personalizzabili e riutilizzabili. Una formula commerciale originale che punta sulla qualità e sulla ricercatezza facendo dell'accurata selezione dei produttori/fornitori il proprio vero punto di forza.

Tra le tante eccellenze italiane e le numerose specialità, il negozio offre non solo un ricco assortimento di oli extravergine di oliva naturali e aromatizzati ma propone

anche delle assolute chicche per intenditori come gli oli al limone e all'arancia, quelli al tartufo, quelli alle noci, quelli alle noccioline, quelli ai pistacchi o ai semi di zucca e quelli cosmetici alla rosa canina da utilizzare, in piccolissime quantità, come crema per il viso o quelli a base di argan per combattere l'invecchiamento della pelle. Ci sono poi i raffinati aceti balsamici, dai più classici ai più originali, e an-

I prodotti prima di essere acquistati nella quantità desiderata, possono essere assaggiati direttamente dalla botte

che una vasta scelta di whisky, rum, cognac, armagnac e calvados oltre che di altri distillati, di liquori e grappe provenienti da tutto il mondo e di alcuni particolari prodotti locali come, per esempio, le birre artigianali.

Titolare del negozio è Elisa Odorico che, dopo aver sco-



un'esperienza imprenditoriale tutta nuova. «La formula mi è piaciuta subito - ha spiegato -. Ho intravisto grande potenziale in questo progetto e mi sono lasciata entusiasmare anche dal fatto di poter impreziosire e reinventare un piatto con un prodotto semplice e allo stesso tempo particolare, capace di rendere originale anche una ricetta povera grazie a creatività e innovazione in cucina. Inoltre Vom Fass offre ai nostri clienti la possibilità di assaggiare tutti i prodotti e dunque di acquistarli con grande consapevolezza, scegliendo l'esatta quantità di cui hanno bisogno e dando loro l'opportunità di riutilizzare anche i contenitori».

Insomma, una visita in negozio noi la consigliamo, anche solo per lasciarsi guidare in una degustazione decisamente singolare o magari per scegliere un dono speciale che sappia stupire chi lo riceve. Per chi volesse saperne un po' di più e mettersi alla prova in cucina su www.vomfass.it ci sono intere sezioni dedicate ai prodotti e tantissime ricette con le quali sbizzarrirsi ai fornelli.

Giada Bravo



L'acetaia Waldburg - Si trova vicino al lago di Costanza, nell'alta Svevia, una delle più belle regioni della Germania. Gli straordinari aceti speciali creati nel villaggio da cui prende il nome hanno gradualmente entusiasmato il mondo internazionale dei gourmet perché l'azienda Vom Fass, con i nuovi "Waldburg Star", è riuscita ad elevare i nobili balsamici ad un più alto livello di percezione sensoriale di gusto.



La curiosità - Gli aceti "Waldburg Balsam" sono molto di più di ciò che si può immaginare. Possono infatti essere gustati persino come aperitivi non alcolici nelle giornate più calde e afose, lisci o magari mescolati con un goccio di acqua minerale. Da provare assolutamente con ghiaccio pestato. Il risultato sarà sorprendente.

Un'idea che rivoluziona il mondo del vino creata da un team giovanissimo

IMPRESE



THE WINEFATHERS

"Adotta un vignaiolo"

Il progetto di una start up che porta un cliente a sostenere con una donazione i viticoltori

Giulia Muscio

Un sito che mette in relazione vignaioli artigianali italiani con appassionati di tutto il mondo per condividere assieme un progetto, fino a diventare loro "parenti". Tutto questo è The Winefathers, una start-up innovativa e originale nata dalla mente del friulano Luca Comello, giovane fondatore della compagnia che, assieme a Luca Latronico e Alessandro Antonutti, ha saputo trasformare un'idea nata appena un anno fa in un progetto partito ufficialmente lo scorso novembre. Un'autentica rivoluzione nel mondo del vino che "per la prima volta - spiega Comello - porta il cliente a entrare in contatto diretto con vignaioli selezionati che hanno fatto della qualità il loro obiettivo. Sul nostro sito, infatti, questi artigiani del vino possono presentare il loro progetto in ambito enologico. Gli uten-

Con 100 € si diventa "cugini" dei vignaioli fino a diventare "padri" con 1000 €. In cambio bottiglie di vino, omaggi, ma anche soggiorni nell'azienda

ti appassionati, poi, possono scegliere di sostenere quello che preferiscono, supportando i produttori con una quota variabile, in base alla quale acquisiscono un determinato grado di parentela".

Con una donazione di 100



€ si diventa cugini dei vignaioli e così salendo fino a diventare padri con 1000 €. Una volta entrati nella famiglia, i parenti verranno costantemente aggiornati sull'avanzamento del progetto e, in base al grado di parentela, riceveranno come ringraziamento bottiglie dei vini sostenuti e omaggi fino a soggiorni nell'azienda vitivinicola per immergersi in prima persona nel progetto.

"The Winefathers - prosegue Comello - non solo fa saltare i passaggi che separano il produttore dal consumatore ma permette di vivere un'esperienza a 360°, seguendo il "parente" vignaiolo in tutto il suo lavoro, dal conoscere le origini del vino fino alla vendemmia per sfociare poi nel turismo e nell'enoga-

stronomia del luogo di adozione". I progetti spaziano dalla riscoperta di un antico vitigno

a un nuovo tipo di sperimentazione e, al momento, coinvolgono Friuli Venezia Giulia,

IN CIFRE

3 progetti finora attivi

3 soci e 3 collaboratori

3 collaboratrici

5 vignaioli finora

3 progetti attivi

100 € per diventare cugino

1000 € per diventare padre

1000 fan su Facebook

1 anno dalla nascita del progetto

CURIOSITÀ

Il potere dei social

Il team di The Winefathers si sta dando molto da fare per la promozione della start-up anche attraverso i social network come Facebook, Twitter e Instagram, che i sei collaboratori curano personalmente. Consapevoli dell'importanza di una comunicazione moderna e ben studiata, hanno cominciato ad utilizzare questi sistemi per dare maggiore visibilità alla propria idea e il lavoro accurato li sta ripagando in una maniera inaspettata: "Molti produttori - precisa Comello - hanno notato le nostre pagine presenti sui principali social media e ci stanno contattando perché vorrebbero che gli aiutassimo con la loro comunicazione.

Per molti vignaioli è una cosa nuova e non sanno proprio da dove partire, ma si rendono perfettamente conto di quanto sia importante la visibilità".

Veneto e Basilicata. Un team giovanissimo, con un'età che va dai 30 fino a un massimo di 37 anni, The Winefathers accoglie al suo interno già 3 soci e 3 collaboratrici, tutti di Udine e dintorni, che hanno deciso così di mettere a frutto in un modo nuovo la passione per il vino e per una tradizio-



ne che in Italia si tramanda da generazioni. Il sito della start-up, che ha la sua sede nello spazio Factory della Banca di Manzano, in piazzale XXVI Luglio, permette alle aziende enologiche anche di vendere i propri vini online.

"Il nostro progetto - racconta Comello - sta piacendo molto e già nei primi mesi di lavoro numerose testate nazionali si sono interessate a noi fino ad arrivare, più recentemente, anche nei quotidiani esteri. La curiosità che vediamo attorno alla nostra idea ci riempie di orgoglio e ci spinge a continuare in questa direzione".

Cosa c'è nel prossimo futuro di The Winefathers? "Nei giorni scorsi - conclude Comello - abbiamo partecipato Vinitaly, il salone internazionale del vino di Verona, dove abbiamo potuto presentare il nostro progetto a un numero veramente ampio di produttori e appassionati di tutto il mondo. Nei pochi mesi dalla nascita del nostro sito, inoltre, abbiamo già ricevuto i primi "parenti" e speriamo di allargare sempre più la nostra famiglia con la passione e l'attenzione che mettiamo sempre nel nostro lavoro".

FREL

Una pausa ideale per la merenda e il dopocena

Un fresco incontro di sapori

La primavera è alle porte e così cresce anche la voglia di una bella passeggiata all'aria aperta, magari gustando uno dei primi gelati della stagione. Con quest'ottica si è mossa Eleonora Peressini, titolare della Frel, impresa specializzata in produzione e vendita di Crêpes, Yogurt e Gelati, con sede in Cividale del Friuli. Corso Paolino d'Aquileia, 5 sulla strada che porta dal Duomo al Ponte del Diavolo. "Dopo la Laurea in Economia e Commercio, che ho conseguito all'Università degli Studi di Udine, il successivo tirocinio presso uno Studio di Commercialisti e l'ulteriore collaborazione con una Società di Revisione di bilanci - racconta Eleonora Peressini - ero ferma nella convinzione che un laureato in queste discipline economiche non dovesse sentirsi schiavo dei propri studi, che lo vedono avviato verso un'unica strada e cioè quella della consulenza e dei servizi, e ho deciso di cambiare rotta e di tuffarmi nel mondo dell'artigianato, fondando la Frel". E la decisione di Eleonora non è stata presa casualmente ma in seguito alla vicinanza e frequentazione, per tanti anni, del mondo imprenditoriale, esperienza

che ha sicuramente giocato un ruolo importante in questa scelta di vita: "Ho acquisito quasi inconsapevolmente - racconta ancora la titolare della Frel - uno spirito imprenditoriale che mi ha trasmesso il vivo desiderio di mettermi in gioco, scatenando il desiderio di diventare protagonista e di non vestire più i panni della consulente". Ed Eleonora è partita alla grande, grazie anche alle radici di quella cultura friulana che le appartiene e che, da sempre, si contraddistingue per una mentalità del "darsi da fare". Una volta nata l'idea Eleonora ha scelto di creare un'attività in grado di emozionare le persone attraverso il cibo di alta qualità accessibile a tutti, e la forma che le è parsa più appropriata per sviluppare questa sua rinnovata imprenditorialità è stata quella tanto in voga in questi anni del take away e più specificatamente la produzione di crêpes e yogurt come pausa ideale per la merenda ed il dopocena, pensata come scelta che si possa declinare in una moltitudine di varianti e che ben si abbini ai prodotti del territorio. "Il mio obiettivo è stato sempre ben chiaro - specifica la titolare di Frel esponendoci la sua "mission" e cioè quello di

rendere felici le persone attraverso l'incontro di sapori, la ricerca continua della qualità e delle migliori materie prime e lo studio costante di novità in grado di sorprendere il cliente". E il cliente non può che essere attratto proprio dal carattere distintivo della Frel e cioè l'utilizzo di materie prime fresche e naturali, l'impiego di tanta frutta fresca di stagione, prodotti rigorosamente preparati al momento a vista di chi ordina, con mirata attenzione alle quantità lavorate giornalmente in modo da poter offrire al cliente specialità sempre fresche e di massima qualità. Anche la scelta del luogo, Cividale del Friuli, non è stata casuale in questo accurato disegno di imprenditorialità femminile: "Cividale è stata scelta come città pilota - specifica ancora Eleonora - per testare l'attività in quanto è una città d'arte splendida, ricca di storia, conosciuta e molto apprezzata e per tali ragioni costituisce una location ideale per far conoscere e diffondere un prodotto di qualità legato al territorio, visto anche il notevole afflusso di visitatori italiani e stranieri che la città è in grado di richiamare".

Valentina Coluccia



CURIOSITÀ

Menù per ogni gusto

I prodotti presenti a menù sono:
le Crêpes calde, preparate a vista del cliente, farcite a piacere con cioccolato, crema pasticcera, caramello, marmellate, ecc. ed infine decorate artisticamente con frutta fresca;
lo Yogurt, presentato in due varianti, naturale e soft gelato, viene accompagnato a frutta fresca, cioccolato fuso, granelle, pistacchi, ecc;
la specialità della casa, la "Ice Crêpe", ossia una crêpe fredda a base di gelato allo yogurt lavorato su piastra fredda;
i Pancakes, dolcetti tradizionali dell'America Settentrionale, che ben si prestano per essere gustati come originale e divertente merenda pomeridiana;
gli Smoothies di frutta fresca, frullati energetici esclusivamente a base di frutta e yogurt gelato.
Completano l'offerta il gelato al gusto di fior di panna, le granite di pura frutta fresca nella stagione estiva e una cioccolata calda.

Val. Col.

Si avvicina l'appuntamento milanese. I consigli di un giovane sommelier

VERSO L'EXPO



L'INTERVISTA

"Puntare sulle diversità"

Mitja Sirk esalta la varietà dei nostri vini. "Il mercato Usa è in grado di cogliere le differenze"

Antonella Lanfrit

In attesa di vivere direttamente l'esperienza dell'Expo nella "capitale" lombarda, il Friuli Venezia Giulia ha gli occhi puntati sull'Expo dei territori e sull'Expo made in Fvg in particolare, posto che per "Aria di Fvg", l'evento clou dell'esposizione universale in versione friulgiuliana, è riuscita ad attrarre Bob Dylan. La grande star sarà infatti a San Daniele del Friuli il 27 giugno.

Il termometro della passione per il grande evento tuttavia non fa segnare ancora temperature significative poiché, come ha rilevato anche una recente indagine, buona parte dei cittadini aspetta ancora di verificare nel dettaglio quale saranno le proposte.

Tra questi anche il ventiduenne **Mitja Sirk**, il sommelier di Cormons che pur così giovane se ne intende di mondo e di vita intensa, essendo stato, tra l'altro, uno dei 50 esperti chiamati per il servizio all'attesissima "La Paulee", la Festa della Borgogna celebrata quest'anno a New York a fine febbraio. Quattro giorni all'insegna dell'eccellenza a portata di calice per un'esperienza vissuta con "grande orgoglio ed entusiasmo", da Mitja, che era alla sua "seconda volta". "Per l'Expo vedremo. Ad oggi per me rimane questa grande sconosciuta". Ma non manca di dare consigli "Il Friuli è un territorio straordinariamente vario. E il mercato Usa è maturo per le piccole diversità".

La sua passione per il vino è indubbiamente stata favorita dall'ambiente in cui è cresciuto: Cormons, il Collio e La Subida, la proposta di ricezione e ristorazione di altissima quali-



giovani che stanno crescendo, altre realtà che si stanno confermando e alcune che si stanno discostando dalla mia idea di Friuli". Un'idea che Mitja ha chiarissima e che gli viene an-

"In un così piccolo territorio è incredibile poter assaggiare vini e vedere luoghi così diversi"

tà opera dei suoi genitori. Il "regalo che ha cambiato la mia vita" è arrivato a 11 anni, quando Josko Gravner gli ha donato alcuni grappoli di Ribolla Gialla. Un amore che da allora Mitja, "mezzo friulano e mezzo sloveno", ha coltivato prima frequentando l'Istituto agrario di Cividale e poi, per scelta, vivendo i lavori della vigna in diverse parti del mondo: l'ultima vendem-

I vini friulani? "Sono semplici e poco alcolici. Sono importanti, di confine, e si possono invecchiare"

mia l'ha passata in Piemonte, la prossima sarà in Germania.

Sul mondo del vino ha pochi dubbi. "Non credo nelle aziende tuttologhe, al massimo si riescono a fare bene due vini: quello che ti viene bene e quello che ti sprona a fare sempre meglio", afferma deciso. Quanto alla realtà regionale, "abbiamo molti

che dal confronto con i tanti amici stranieri. "Quando parlo del Friuli - racconta - mi dicono che sono colpiti dalla sua straordinaria eterogeneità. In un così piccolo territorio è incredibile poter assaggiare vini e vedere luoghi così diversi".

In tanta diversità, il giovane sommelier riesce comunque a far correre un filo tra i vini che "parlano di Friuli". Sono vini "molto diversi da quelli che chiede il mercato, vini semplici e poco alcolici. I vini che parlano di Friuli sono vini importanti, di confine, che si possono invecchiare". L'obiezione che per vivere occorre vendere e non solo produrre non lo fa tentennare. "Il mondo è grande", risponde. "Il mercato Usa, per esempio, è maturo ed è in grado di cogliere anche le piccole diversità che fanno la differenza".

Quanto ai suoi calici preferiti, per i vini da quotidiano si distinguono i friulani in genere della zona di Cormons, insieme alle Ribolle di Oslavia e alle Vitovska del Carso. Tra i vini rossi, "il più interessante è lo Schioppettino. Il Merlot, per piacevolezza, è quello che ci potrà rappresentare di più", sostiene.

CAMERA DI COMMERCIO

Il coupon per le aziende Interessate a Expo

Anche la Camera di Commercio di Udine si è attivata per il massimo coinvolgimento delle imprese a Expo 2015, affinché possano realizzare le migliori occasioni di scambio e collaborazione internazionale. Perciò ha accolto la proposta di Promos-Camera di Commercio di Milano in partnership con PricewaterhouseCoopers Advisory (Pwc) per favorire percorsi di internazionalizzazione durante l'evento. In sostanza, la Cciaa fornirà alle aziende interessate (con particolare riguardo ai comparti food&wine, meccanica elettronica, real estate, arredo-design) un "coupon", che garantisce l'opportunità di incontrare aziende che rispondono alle caratteristiche richieste, accesso a pubblicazioni, documentazione e contenuti selezionati in tema di internazionalizzazione, autovalutazione sulla propensione dell'azienda all'internazionalizzazione, due biglietti per l'ingresso a Expo e accesso privilegiato al calendario di iniziative internazionali in programma a Milano nel semestre dell'evento. PwC ha infatti realizzato una piattaforma tecnologica web-based, Expo Business Matching (<https://www.expobusinessmatching.com/>). La piattaforma consentirà, attraverso incontri B2B, di accompagnare le imprese mirando a promuovere lo sviluppo di relazioni, collaborazioni e partnership attraverso l'interazione con operatori e imprese provenienti da 148 Paesi. Con la registrazione alla piattaforma, il servizio permetterà di definire la compatibilità fra le diverse esigenze degli operatori e di creare un'agenda di incontri. La Camera di Commercio di Udine fungerà da "aggregatore", ricevendo le adesioni delle imprese della provincia e, a "blocchi" di 25 aziende aderenti (seguendo l'ordine cronologico di arrivo alla casella di posta elettronica Pec), confermerà alle singole aziende l'iscrizione e invierà a ogni singolo aderente il "coupon". L'impresa, ricevuto il coupon, si impegna a confermare la registrazione accedendo al portale dedicato e, ricevute le offerte di incontro sulla base del proprio profilo, a confermare secondo la procedura descritta i singoli appuntamenti di interesse. L'azienda organizzerà la propria trasferta a Milano, informando la Camera di Commercio di Udine. Per informazioni: promozione@ud.camcom.it e 0432.273517.



BIRRA (BY) CHIARA

Fvg, terra ad alta "densità birraria"

Pochi sanno che il Fvg è una delle regioni italiane a più alta "densità birraria": degli oltre 600 birrifici artigianali censiti da Coldiretti nel 2014, una trentina sono in regione. Con questo numero di Udine Economia diamo quindi inizio ad un viaggio nel mondo della birra artigianale, che negli ultimi anni ha conosciuto un vero e proprio boom - i birrifici in attività sono più del doppio rispetto al 2012 -; e lo iniziamo da uno dei Paesi simbolo di questa bevanda, il Belgio. Qui portabandiera della tradizione sono le abbazie, in particolare quelle sei che possono porre sulle proprie bottiglie la certificazione di "autentico prodotto trappista": la birra deve cioè essere prodotta dai monaci o sotto la loro supervisione, e gli utili destinati al sostentamento del monastero e alle opere di carità. Oggi, come spiega il direttore marketing di Chimay (uno dei marchi più noti in Italia) Wim Verscheuren, avendo la maggior parte dei monaci superato i 70 anni, il lavoro è affidato a laici; "ma due monaci siedono in cda, e un altro supervisiona la produzione. Il nostro è un modello di business diverso: non abbiamo mai voluto creare un brand né anticipare i trend di mercato, li seguiamo mantenendo la tradizione. Però il mondo della birra sta cambiando: e proprio l'Italia è uno dei mercati più promettenti, dopo gli Usa".

Caratteristica che accomuna i birrifici belgi è l'alta componente di export: e se il 50% può non sorprendere per un marchio presente su 40 mercati come Chimay, le cifre sono identiche per una piccola realtà - mille ettolitri annui, quadruplicati dal 2010 - come la Brasserie de Bastogne. L'export arriva al 65% per Oud Beersel: uno dei pochi a produrre lambic, geuze e kriel all'antica maniera, facendo fermentare il mosto in maniera spontanea e senza aggiunta di zucchero in vecchie botti di rovere o castagno dove la birra invecchia da uno a tre anni.

Ma i birrifici della nostra regione come stanno? Perseguono linee di incremento della produzione altrettanto audaci e di presenza massiccia sui mercati esteri, oppure seguono un altro modello di business? Si mantengono fedeli agli stili tradizionali, o preferiscono sperimentare? Con quali novità? Domande a cui cercheremo di rispondere lungo le tappe del nostro viaggio.

Chiara Andreola

TURISMO

Nasce la "Comunità ospitale"

Sinergie tra gli alberghi diffusi

Sinergie fra gli alberghi diffusi di Sutrio, Sauris, Sappada e Werfenweng in Austria: nasce "la Comunità ospitale" che intende offrire al turista «non solo il riposo ma apprendogli una sorta di piccolo mondo antico, tutto da scoprire: natura incontaminata, architettura tipica, un ambiente di persone autentiche». Se ne è parlato durante un convegno sul progetto "Interreg IV Italia Austria Gast" tenutosi a Sutrio tra i responsabili degli alberghi diffusi di Sutrio, Enzo Marsilio, quello di Sauris, Pietro Gremese, di Comeglians Lucia Miotti, il Consorzio turistico di Sappada Fabrizio Piller Roner e Peter Brandauer sindaco della cittadina austriaca di Werfenweng. «Tutte realtà contestualizzate e integrate nella comunità che ne sintetizzano cultura, storia e tradizioni per incentivare le attività di promozione e consolidamento del comparto turistico». Al convegno sono intervenuti inoltre diversi tecnici regionali che hanno predisposto il progetto ed il presidente della giunta regionale Debora Serracchiani. Con il progetto "Comunità ospitale" si è creata una rete tra i vari poli e, all'interno dei diversi

poli, tra le strutture commerciali, turistiche e artigiane. Fine ultimo quello di coinvolgere l'intero paese nell'offerta di un prodotto turistico completo e accattivante. L'idea dell'albergo Diffuso nato proprio in Carnia (Sauris di Sopra - Lateis 1980-1983) intende proporre un programma di gestione territoriale per le aree rurali in crisi, per le quali, dati i valori ambientali, storici e culturali che le caratterizzano, è stato fin da subito ipotizzabile l'attuazione di programmi di turismo eco-compatibile da utilizzarsi come supporto ed integrazione e di programmi di recupero socio-economico delle Comunità ancora residenti. Con il progetto GAST si promuove un turismo che richiede ambienti ecologicamente sani, abitati da Comunità attive, ricche di storia, cultura, gastronomia e tradizioni. E pertanto la creazione di ospitalità e realizzazione di posti letto deve avvenire nel rispetto di un progetto generale, compatibile con altre azioni di valorizzazione e di recupero. Recuperare un patrimonio edilizio esistente conservando canoni architettonici della tradizione ha unito felicemente la volontà di innovare



Un'immagine del convegno sul progetto "Interreg IV Italia Austria Gast" tenutosi a Sutrio

e guardare al futuro. I vari relatori hanno presentato le realtà delle singole comunità e dei singoli alberghi diffusi. La Regione, attraverso i suoi relatori, ha elencato le cifre degli investimenti sul tema degli ultimi anni. A fronte di tre bandi emanati nel 2009 e 2011, sono state presentate 272 domande di interventi di cui 138 per nuove iniziative e 134 per il consolidamento degli interventi precedenti. Di questi so-

no stati finanziati, per una spesa di 19 milioni 111 mila euro, 170 interventi che prevedono 75 nuove realizzazioni su sette progetti integrati, relativi ai Comuni di Socchieve, Forni di Sotto, Malborghetto-Valbruna, Pocenigo, Tolmezzo, Paluzza e Vivaro, che si sono visti assegnare un totale 9 milioni 571 mila euro. Altri 4 milioni 467 mila euro sono stati investiti per il consolidamento del primo bando che ha interessato i

Comuni di Ovaro, Sutrio, Paularo, Clauzetto, Comeglians e Claut, mentre per il consolidamento del secondo progetto, relativo ai Comuni di Ovaro, Sutrio, Paularo, Clauzetto, Comeglians e Claut, sono stati impiegati 5 milioni di euro. Questo ha portato alla creazione di poco meno di due mila posti letto in fabbricati per lo più abbandonati o sotto occupati. La nuova concezione dell'albergo diffuso, trasformato in Comunità Ospitale, intende non solo recuperare il patrimonio edilizio, ma anche il concetto stesso di "comunità" ad ampio raggio, includendo le tradizioni, l'ospitalità, il modo di vivere, la gastronomia, la cultura e la parlata locale. Attraverso questa tipologia di Albergo Diffuso la cui primogenitura è tutta carnica, tutto il paesaggio è rimesso in gioco, diventa occasione per riappropriarsi del concetto di paesaggio in tutte le sue accezioni, quale intreccio di natura, storia, cultura, dove l'agire per il futuro si confronta con la pluralità delle diverse vocazioni, mantenendo la totalità della cultura alpina, tenendone uniti tutti i fili.

Gino Grillo

Le banche "Vogliamo continuare a stare vicini alle imprese e alle famiglie"

FINANZA



L'INTERVISTA

L'altalena del credito

Sofferenze in aumento, tassi in calo. Graffi Brunoro "Numeri preoccupanti, ma c'è una timida ripresa"

Marco Ballico

«I numeri? Preoccupanti. Ma va sottolineato che siamo ancora sotto la media sia nazionale che del Nord Est». Giuseppe Graffi Brunoro, presidente della commissione Abi del Friuli Venezia Giulia, la voce di un sistema messo negli ultimi anni sotto accusa, osserva indicatori buoni e meno buoni, segnali incoraggianti e criticità persistenti, alti e bassi. Ma, una volta ancora, assicura: «Vogliamo continuare a stare vicini alle imprese e alle famiglie, sia sul piano finanziario ma anche con le competenze, la consulenza manageriale, e l'idea di trasmettere la cultura di costruire il futuro».

Partiamo dalle cifre. Come sta il Friuli Venezia Giulia rispetto al resto del territorio per quel che riguarda il mer-

Il calo degli impieghi è dell'1,9% su base annua contro il -1,1% italiano e il -3,0% del Nord Est

cato del credito?

A dicembre 2014 il totale degli impieghi si attesta a quota 30 miliardi 975 milioni di euro, un calo dell'1,9% su base annua contro il -1,1% italiano e il -3,0% del Nord Est. Nel dettaglio delle imprese, escluse le società finanziarie, siamo a 16 miliardi 762 milioni di euro, vale a dire il -2,3% su base annua contro il -2,7% Italia e il -3,4% Nord Est. E ancora gli impieghi alle famiglie consu-



matrici sono pari a 10 miliardi 330 milioni di euro, che significa il -1,1% contro il -0,7% Italia e il -0,5% del Nord Est.

Le sofferenze?

Al lordo ammontano a 2 miliardi 759 milioni. Si tratta del +8,9% su base annua contro il +10,4% del Nord Est e il +9,9% Italia. Mentre le sofferenze lorde delle sole imprese, che è il segnale per comprendere il perché le banche mostrano cautela nell'erogazione del credito, sono a 2 miliardi 265 milioni, +13,5% contro il +14,1% del Nord Est e il +16,3% Italia. Alle sofferenze vanno poi aggiunti oltre 2 milioni di euro di partite incagliate, ristrutturare e scadute/sconfinanti.

Che sintesi trarre dai numeri?

Si tratta di dati estremamente preoccupanti, ma credo doveroso rilevare come siano ancora sotto media nazionale e Nord Est. A conferma che, pur nella estrema difficoltà del momento, famiglie e imprese della regione sono ancora consapevoli che i debiti vanno pagati. **Ma dagli anni pre-crisi a og-**

	GENNAIO/DICEMBRE 2014	% SU 2013
Totale impieghi	30.975	-1,9%
Prestiti imprese	16.762	-2,3%
Prestiti famiglie consumatrici	10.330	-1,1%
Sofferenze	2.759	+8,9%
Sofferenze imprese	2.265	+13,5%

{ Dati in migliaia di euro }

gi come si è evoluta la dinamica del credito rispetto ad altri indicatori?

Dal 2007 ad oggi l'andamento degli stock di credito erogato, pur in calo negli ultimi tre anni, è comunque in controtendenza agli altri in-

I depositi hanno raggiunto i 29 miliardi 178 milioni, +3,4% su base annua contro il 6,2% del Nord Est e il +5,4 dell'Italia

dicatori macroeconomici. Il Pil dal 2007 al 2012 è calato di oltre il 7%, il reddito delle famiglie è calato del 9% e di conseguenza sono calati i consumi. Nello stesso periodo la produzione industriale è calata del 25% e la disoccupazione è salita al 12%, con punte del 40% fra i giovani. In questo scenario, dal 2008 a oggi, le banche del Friuli Venezia Giu-

lia hanno invece incrementato del 4% lo stock di impieghi, pari quell'anno a 29 miliardi 753 milioni di euro.

Come interpreta però il -1,9% dal 2013 al 2014?

Significa aver sostituito con nuovo credito quasi tutto il credito in fisiologico rientro (quando si paga la rata del mutuo i crediti si riducono) che mediamente può stimarsi in un 10/13%.

Come è iniziato il nuovo anno?

I primi mesi del 2015 fanno registrare qualche timido segnale di ripresa di interesse da parte di imprenditori e famiglie verso la possibilità di accedere al credito bancario per sostenere investimenti. Probabilmente si tratta dei primi effetti sulle aspettative di famiglie e imprenditori, unico vero motore dell'economia, contemporanea presenza di elementi quali una congiuntura macroeconomica favorevole, le manovre della Bce sulla liquidità e il dinamismo riformista del Governo.

I tassi?

In deciso e veloce calo. Ormai si leggono offerte di mu-

tui al 2-3% e il credito a breve è molto più basso.

Qual è la fotografia dei depositi?

Hanno raggiunto i 29 miliardi 178 milioni, +3,4% su base annua contro il 6,2% del Nord Est e il +5,4 dell'Italia. Potreb-

Le sofferenze lorde delle sole imprese ammontano a 2 miliardi 265 milioni, +13,5%

be anche essere un segno che, nonostante la notoria propensione al risparmio dei cittadini della regione, la possibilità di accantonare è sempre minore. Ma ritengo sia soprattutto da leggere come un segnale che il sistema bancario, potendo contare sulla liquidità garantita dalla Bce, sta indirizzando i risparmiatori verso forme di raccolta indiretta e/o risparmio gestito o amministrato che consentono una redditività superiore.

L'INDAGINE

Cresce la richiesta di finanziamenti

L'ultimo focus di Confcommercio-Format Ricerche, ultimo trimestre 2014, riguarda la capacità finanziaria del terziario in provincia di Udine. L'osservatorio sul credito evidenzia una crescita della percentuale di imprese che si recano in banca per chiedere credito (sono il 29% contro il 27,2% del trimestre precedente). Seppur moderatamente, aumentano anche le risposte positive: nel 48,8% dei casi la domanda è accolta, nel 22% è accolta con importi inferiori alla richiesta, nel 15% non è accolta.

Nei mesi di ottobre, novembre, dicembre 2014, le imprese del terziario della provincia di Udine con un fido o un finanziamento in corso da oltre sei mesi percepiscono inoltre in modo netto il calo dei tassi di interesse. Lieve miglioramento dei giudizi anche circa il costo dell'istruttoria e con riferimento a tutte le altre condizioni accessorie. Migliora pure la situazione relativa alla durata temporale del credito. Le imprese giudicano infine meno aspre le richieste in fatto di garanzie.

CONFIDI FRIULI

80 milioni di deliberato

Un quadro di buona tenuta pur in una situazione di grande difficoltà tra crisi economica, chiusura di aziende, diminuzione degli impieghi del sistema bancario e nuove regole che hanno spinto alcuni istituti di credito ad accreditarsi direttamente con Mediocredito centrale, disintermediando così i Confidi.

Confidi Friuli anticipa alcuni numeri del bilancio approvato dal cda a

fine marzo: 80,4 milioni di importi deliberati, 38,6 milioni di garantito, 86,6 milioni di garanzie in essere, 975 pratiche e 237 nuove adesioni (5.360 i soci al 31 dicembre). Il volano per le imprese? Poco meno di 200 milioni di finanziamenti in essere. Cifre, commenta il presidente Michele Bortolussi evidenziando anche l'utile nella gestione caratteristica, «in linea con quelle 2013, con l'unica eccezione del garantito (-10%) su cui pesa però l'esaurimento della Lr 23, normativa che, attraverso la suddivisione delle cogaranzie tra Confidi (40%), Frie (40%) e banche (20%), con l'ulteriore controgaranzia della Regione, ci ha consentito di mettere in fila 171 operazioni per 35 milioni di euro in tre anni.

In un anno in cui si sono sommate varie criticità, ribadisce il presidente, «con tante aziende costrette a badare più al consolidamento che agli investimenti, Confidi Friuli si è confermato strumento chiave di sostegno alle Pmi del territorio». Non a caso «la Regione, dimostrando di avere ben compreso l'importanza del sistema garantistico in funzione anti-crisi, ha sostenuto i Confidi con un finanziamento di 10 milioni, decisivo per risanare le perdite degli ultimi due-tre anni». Per Confidi Friuli il 2014 ha ulteriormente confermato la lungimiranza della decisione del 2009 di aggregare i comparti industria e commercio, con la conseguente iscrizione nell'elenco speciale di Banca d'Italia, il 107, «una scelta voluta da Confcommercio, Confindustria e Confapi che ha portato a una struttura finanziaria di garanzia fondamentale per le Pmi e ci ha fatto crescere in competenza e professionalità, nel rispetto delle regole fissate da Banca d'Italia», rileva il vicepresidente Pietro Cosatti, responsabile dell'audit nell'ambito del cda. Da parte di Cosatti anche il rilievo sull'importanza del supporto di Confidi al settore del terziario, «il più penalizzato dalla crisi anche nel 2014, viste le indagini congiunturali che parlano di oltre 4mila imprese chiuse in Friuli Venezia Giulia».



CONFIDIMPRESE

Superati gli 11mila soci

Confidimprese Fvg chiude il 2014 con ottimi risultati di gestione e cifre che, rispetto all'anno precedente, crescono sia a livello di numero complessivo di soci che di affidamenti garantiti. Nel corso degli ultimi dodici mesi, infatti, il Confidi più dimensionato della regione ha superato la quota delle 11 mila adesioni (11 mila 39 per l'esattezza) grazie ai 436 nuovi soci entrati a far parte dell'ente nel corso del 2014. Una cifra, questa, ulteriormente ampliata dopo l'ufficializzazione della fusione con Confidi Artigiani e Pmi Trieste - attiva dal 1° gennaio - che ha fatto salire il totale dei soci sino alla quota di 12 mila 588. «I dati del 2014 sono considerevoli - ha confermato il presidente Roberto Vicentini -. Anche per le prime settimane del 2015, inoltre, abbiamo registrato un ulteriore aumento delle domande di adesione e, in parallelo, di quelle di garanzia».

Un discorso, quello dei soci, che si muove sulla stessa linea degli affidamenti e dei finanziamenti garantiti da Confidimprese Fvg durante lo scorso anno. Numeri alla mano quelli complessivi hanno raggiunto la quota di 164,8 milioni di euro di cui 126,4 a breve termine e 38,4 in un periodo medio-lungo, per 4 mila 583 linee garantire e poco meno di 3 mila pratiche. «Rispetto ai dati dell'anno precedente - ha continuato Vicentini - gli affidamenti garantiti sono aumentati del 2 per cento. Un buon risultato soprattutto se consideriamo come nel panorama del nord Italia i confidi abbiano invece registrato, in media, un calo compreso tra il 10 e il 15 per cento». E il ruolo di Confidimprese Fvg, al pari degli enti simili, diventa ancora più importante se considerato all'interno di uno scenario economico in cui la propensione delle banche alla concessione di liquidità alle Pmi del territorio è ancora limitata. «L'accesso al credito resta, in generale, difficile - ha confermato Vicentini -. Le banche, normalmente, richiedono ancora maggiori coperture. Per quanto riguarda le nostre sofferenze, invece, queste hanno ricalcato l'esercizio precedente, confermando le attese».

Il 2014, infine, è stato anche l'anno in cui il principale Confidi della regione, a partire dalla vicenda Coopca, ha presentato uno schema di interventi valido sia per la cooperativa carnica che per ogni altro concordato.



Gli effetti del decreto 'Investment compact' sulla riforma delle banche

FINANZA



BANCHE POPOLARI

Rischio speculazioni

Le novità avranno ripercussioni su tutto il sistema delle Popolari

Rossano Cattivello

Se il terremoto provocato dal governo Renzi non ha toccato direttamente la Banca Popolare di Cividale, ma solo le prime dieci per volume, le conseguenze indirette rischiano di interessare anche l'ultima in regione di questa categoria bancaria.

Il decreto 'Investment compact' sulla riforma delle Popolari - commenta il presidente Graziano Tilatti - resta a rischio di ricorso davanti alla Corte Costituzionale per vari profili di criticità a cominciare dal livello di attivo indicato di 8 miliardi per la trasformazione in Spa che non trova riscontro in alcuna normativa esistente, nazionale o internazionale. Comunque, è indubbio che il decreto stia mobilitando le principali banche del sistema, avendo pochi mesi a disposizione per cambiare governance. Come Banca Popolare di Cividale, 12° istituto per attivo tra le

70 banche italiane della categoria, il decreto nell'immediato non ci coinvolge, ma è chiaro che la portata della riforma che si vuole introdurre avrà sensibili ripercussioni su tutto il sistema delle Popolari".

In verità, a Cividale era già stato sperimentato nel recente passato un diverso modello di governance, salvo poi tornare indietro su indicazioni della stessa vigilanza bancaria.

"Ricordo - continua Tilatti - che noi per primi, ben 15 anni fa, abbiamo avviato un'originale esperienza creando una Spa, la Banca di Cividale, dallo scorporo dell'attività creditizia della Popolare Scarl, che da un lato consentiva alla cooperativa di mantenere il controllo della nuova banca e dall'altro apriva quest'ultima a importanti partecipazioni, seppur di minoranza, come fu quella di Deutsche Bank prima e del Creval poi. Era il 2000 quando si avviò questo percorso concluso alla fine del 2013 con il ritorno all'asset-



to originario il tutto effettuato d'intesa con Banca d'Italia".

"Quell'operazione - continua il presidente - non solo non ha compromesso le prerogative della cooperativa, ma ci ha consentito di tutelare l'autonomia dell'istituto e di farlo crescere anche grazie alle partnership

di primarie banche che hanno condiviso con noi la strategia aziendale.

Questa potrebbe essere una strada valida da percorrere anche per altre banche cooperative. Nella riforma governativa, invece, intravedo il rischio che si giunga a spregiudicate spe-

culazioni finanziarie sulle Popolari che la stessa Consob ha da subito paventato aprendo un 'focus' sull'improvviso rialzo in borsa dei titoli delle Popolari quotate e interessate dal decreto. Far venir meno o anche solo affievolire il voto capitaro in banche cooperative attraverso la loro trasformazione in Spa renderà questi istituti più contendibili attraverso l'arrivo di capitali esteri che potrebbero condizionarne gli attuali assetti proprietari.

In questa vicenda, poi, sono in gioco il pluralismo bancario e il principio di sussidiarietà in campo creditizio.

Il credito popolare, in Friuli come altrove, ha sostenuto nei fatti l'economia reale anche in questo momento di forte recessione assumendosi una forte responsabilità sociale e ulteriori rischi d'impresa. La 'missione' delle banche cooperative è proprio questa, il sostegno all'economia reale e non la 'turbo-finanza'".

OLTRE 1500 CASI

La pacificazione fiscale

Ultima chiamata per regolarizzare la propria posizione con il Fisco. In Friuli Venezia Giulia potrebbero essere oltre 1.500 i casi di adesione al provvedimento fiscale sulla 'Voluntary disclosure' incentivati anche dalla fine del segreto bancario nei cosiddetti 'paradisi fiscali'. In Italia si stima 60mila adesioni. I dati sono emersi durante il convegno promosso dalla Banca Popolare di Cividale presso la Fiera di Udine riservato a commercialisti e legali. La voluntary disclosure è un procedimento di 'pacificazione fiscale' tra il contribuente e la pubblica amministrazione a iniziativa del contribuente stesso. Nato negli Stati Uniti negli Anni '90, in Italia è stato recepito nel decreto legge 4/2014 e consente al contribuente di regolarizzare la propria posizione con il Fisco sia pagando tasse e interessi sul pregresso, sia rivelando all'amministrazione tutti i propri averi esteri. Secondo una stima diffusa dalla primaria società di consulenza Pwc, i capitali che rientreranno in Italia saranno pari a 75 miliardi di euro. Da qui l'importanza del ruolo che professionisti e banche assumono in questo contesto. **R.C.**

FALSO IN BILANCIO

Parola a commercialista e avvocato

Le nuove disposizioni

Falso in bilancio, si cambia. Non si sa esattamente ancora in che termini, visto che l'emendamento inserito dal Governo nel ddl anticorruzione è in discussione in questi giorni al Senato, ma il quadro delle novità appare piuttosto delineato. Abbiamo chiesto un parere sul presente e sul futuro del falso in bilancio a due professionisti che, con le imprese, hanno a che fare quotidianamente, anche per problemi legati alla compilazione dei bilanci: un commercialista, il presidente dell'Ordine di Udine, Lorenzo Sirch, e un avvocato, l'esperto in diritto societario, Luca Ponti.

Le novità

Il falso in bilancio torna a essere considerato, a tutti gli effetti, un reato. E quindi vengono inasprite le pene. La norma approvata in Senato prevede una differenziazione tra società quotate e non quotate. Previsti dai 3 agli 8 anni di reclusione per le società quotate in borsa e per le banche che falsificano i bilanci. Le società non quotate, invece, vengono punite con la pena che va da 1 a 5 anni (pena, quest'ultima, che non prevede l'uso di intercettazioni nelle indagini). Scompare inoltre la soglia di non punibilità. Aggravate anche le sanzioni. Per

le società quotate sono previste sanzioni pecuniarie che vanno da 400 a 600 quote, mentre per le aziende non quotate si scende a una sanzione da 200 a 400 quote. Sanzione che si riduce ulteriormente tra le 100 e le 200 quote per le società a cui è riconosciuto il fatto di lieve entità. In base al testo dell'emendamento, per il reato di falso in bilancio, la procura può procedere d'ufficio. La procedibilità per querela resta solamente per le società molto piccole, quelle per le quali il Codice civile non prevede il fallimento.

Il punto di vista del commercialista

«Al momento, ciò che emerge - commenta Lorenzo Sirch, presidente dell'Ordine Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Udine - è l'eliminazione di tutte le soglie quantitative di non punibilità. Questo è un fatto sul quale occorre una profonda riflessione sociale. L'intento di perseguire ogni e qualsiasi forma di "falsità" del bilancio con sanzioni penali che vanno da 1 a 5 anni per le società non quotate e salgono da 3 a 8 per le società quotate e assimilate - evidenzia - porterà indubbiamente a una maggior responsabilizzazione dei vertici delle società, ma è evidente che bisogna evitare di punire quelle che possono essere delle semplici "inesattezze" o "imperfezioni", specie se di lieve entità, e quindi ininfluenti nel processo che porta il lettore del bilancio a una decisione di carattere economico basata sulle risultanze dello stesso».

A stupire Sirch è il fatto che non sia stato introdotto il cosiddetto "principio di materialità", da sempre utilizzato nell'ambito delle procedure di revisione legale del bilancio. «Tale principio - afferma - individua, a seconda delle caratteristiche di ciascuna società, una soglia al di sotto della quale il singolo errore è ritenuto non rilevante, e un ammontare complessivo di er-



rori tollerati». Due errori, ad esempio, di 10 mila euro nella contabilità di un piccolo bar di periferia, rendono il bilancio di tale attività del tutto inattendibile, ma non altrettanto può dirsi se gli stessi due errori dovessero emergere nel bilancio di una società con attivi, o con ricavi, di centinaia di milioni di euro. Per questo Sirch auspica l'introduzione delle soglie di non punibilità. «A condizione che si tratti di soglie di assoluto buon senso - precisa - all'interno di norme non "sartoriali" pensate per

l'una o l'altra parte politica. Tali soglie, sono convinto, aiuterebbero a scremare l'azione giudiziaria al fine di concentrarla sui casi davvero meritevoli di tutela». «È vero che il testo della norma attualmente in esame prevede delle limitazioni a fronte della "tenuità del fatto" - continua nel suo ragionamento il presidente dell'Ordine dei Commercialisti - ma credo che tutti gli operatori (non solo direttori, amministratori e consulenti, ma anche le stesse procure) debbano sapere in anticipo cosa si intende per "tenuità del fatto". Insomma, da sempre diciamo che il nostro Paese necessita di norme chiare, applicabili con rigore e senza distinzioni per prevenire comportamenti che comportano un effettivo danno per la società. Il testo della norma, per come attualmente è configurato, non mi pare corrisponda a queste caratteristiche. Usando una metafora - conclude Sirch - sarebbe come dire che puniamo coloro che viaggiano in auto a una velocità inadeguata (senza specificarla) e che comunque la multa potrà essere ridotta in caso di variazioni di lieve entità. Immaginiamo di dover spiegare questo tipo

di norma a un manager di un gruppo internazionale: pensiamo che possa favorire gli investimenti nel nostro Paese?».

Il punto di vista dell'avvocato

A fare il punto su ciò che non funziona o funziona male dell'attuale normativa del falso in bilancio, è l'avvocato Luca Ponti, esperto in diritto societario. Regole poco chiare che, spesso e volentieri, hanno contribuito a mettere in grande difficoltà il mondo dell'impresa. Ponti non entra nel merito delle modifiche annunciate, proprio perché l'emendamento viene discusso in Parlamento in questi giorni, ma mette in luce ciò che fino a oggi non ha funzionato in questo settore.

«Ci sono tre macro-problemi attorno al falso in bilancio - chiarisce l'avvocato udinese - il primo è legato ai tempi di prescrizione molto brevi, che hanno di fatto impedito alla giustizia di occuparsi fino in fondo di questo tipo di reato. I tempi per un approfondimento tecnico sono inconciliabili con i tempi della giustizia italiana. La seconda insidia - aggiunge Ponti - si lega, più che all'omissione dei

cespiti attivi (come ad esempio immobili), alle modalità di sindacato delle poste valutative come brevetti, crediti, rimanenze, marchi, avviamento. Nonostante l'esistenza di soglie che fungevano da filtri - sottolinea - la gestione di questi elementi, in riferimento al falso in bilancio, è sempre stata problematica, perché lo stesso codice civile continua a dettare criteri di valutazione alternativi».

Ma il vero problema del falso in bilancio, per Ponti, sta nella terza macro-area: «Il falso in bilancio torna in auge quando è riferito a società fallite - evidenzia -. In pratica ciò che prima di un fallimento è punito con una pena minima, se interviene un fallimento fa rischiare una condanna per bancarotta impropria, da 3 a 10 anni, con la sola individuazione dell'esistenza di un nesso causale tra il falso in bilancio e il fallimento».

«Il tema è molto delicato - conclude Ponti - e si devono trovare soglie di rilevanza effettive, in altre parole concentrare la rilevanza penale, che deve essere la punta dell'iceberg, a quelle condotte effettivamente ed esclusivamente criminose, trascurando tutti quei casi in cui gli errori di valutazione possono essere giustificati da delle valutazioni contestualizzate al momento in cui sono state operate e su presupposti che non si sono avverati ma che avevano premesse perché potessero accadere».

Alessandro Cesare



Lorenzo Sirch



Luca Ponti

La crisi del settore non ha spaventato il 24enne. "Servono sacrifici e una base di partenza dettata dalla conoscenza"

STORIE DI IMPRENDITORI



GIOVANE IMPRENDITORE - MATTEO BOLZON

Allevatori si nasce

Da tre generazioni a Bicinicco si fa latte di alta qualità "Abbiniamo il sapere alla tecnologia"

Mara Bon

Ha 24 anni il giovane allevatore Matteo.

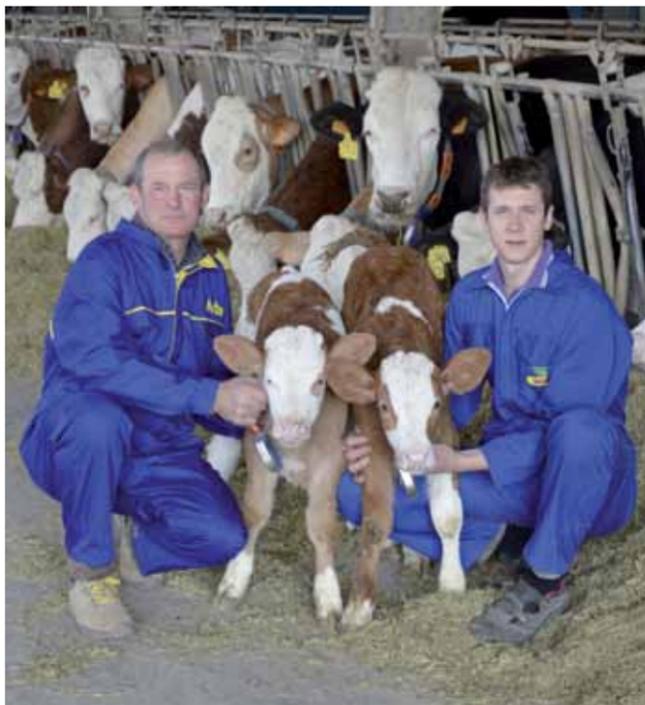
Fa il suo ingresso ufficiale nell'azienda agricola di famiglia nel 2010, ma è praticamente cresciuto lì.

Fin da piccolo, infatti, ha seguito i familiari nelle attività di campagna. Era stato il bisnonno ad avviare l'azienda, che poi passa nelle mani del nonno e quindi al padre Franco e allo zio Bruno. Da tre generazioni, la famiglia Bolzon si tramanda l'esperienza nel settore zootecnico.

Nel 2010, avviene la divisione in due rami d'azienda, da una parte il padre Franco con Matteo e dall'altra lo zio Bruno con il cugino.

Per Matteo è il momento di ufficializzare il suo ingresso in azienda, dopo gli studi. Si tratta di una formalità per lui, che fin da piccolo ha seguito il nonno nei lavori di ogni giorno. Quindi, dopo il diploma di perito agrario a Cividale, si è inserito naturalmente nella realtà dei suoi e dal 2010 è socio con il padre dell'azienda in via Codroipo, a Bicinicco, dove lavora anche la madre.

L'azienda storicamente si occupa di zootecnia. Alleva bovine per la produzione di latte alimentare di alta qualità. Sono presenti 150 capi totali, di cui 80 capi mungitura. Dal 2006 in stalla è utilizzato il robot di mungitura e un sistema di alimentazione automatico per la vitellina. Una significativa superficie aziendale (tra affitto e proprietà, parliamo di 150 ettari) è dedicata ai seminativi, dove le colture prevalenti sono cereali, mais, soia, orzo e erba medica. In particolare, quest'ultima viene utilizzata come alimento per



il bestiame. Una volta essiccata, viene imballata e commercializzata. La produzione di foraggio risente del tipo di terreno, della stagione, della disponibilità delle acque, della temperatura, della frequenza del taglio. Caratteristiche che influenzano l'appetibilità, il contenuto proteico, la digeribilità delle fibre.

Nel 2012 è stato avviato anche un impianto fotovoltaico (da 85 kilowatt), utilizzato prevalentemente per autoconsumo e da poco si sono conclusi i lavori dell'impianto di essiccazione. Tanti investimenti importanti che proiettano l'azienda in avanti, coniugando nuove tecnologie con i saperi tradizionali. Con una forte attenzione

Presenti 150 capi totali, di cui 80 capi da mungitura

ne per una gestione rispettosa dell'ambiente e l'applicazione di soluzioni innovative. Abbiamo chiesto a Matteo quali siano le maggiori soddisfazioni incontrate nel suo lavoro.

"Le soddisfazioni ci sono ogni giorno e sono tante - ha risposto - ogni minima cosa può dare soddisfazioni, quando il lavoro che fai ti piace. Si è protagonisti ogni giorno nel lavoro

in campagna e in stalla. Si è protagonisti in prima persona sia nelle soddisfazioni, che negli sbagli".

Quale è stata la difficoltà maggiore incontrata nel momento dell'avvio?

"La crisi del settore. Siamo partiti in un momento difficile. La congiuntura economica. Non nego le difficoltà. Ma ci siamo rimboccati le maniche e abbiamo fatto importanti investimenti".

Quali sono i programmi per il futuro?

"Abbiamo appena concluso dei lavori importanti che avranno benefici nei prossimi anni. Quindi per ora non abbiamo in programma nuovi progetti nel breve periodo".

Quali sono gli obiettivi che si prefigge l'azienda?

"Vorremmo puntare a migliorare ancora".

Quale consiglio dare a un giovane che vorrebbe intraprendere il mestiere dell'allevatore?

"Il mondo dell'agricoltura va preso con attenzione. Molte persone si stanno avvicinando a questo settore con curiosità, forse un po' troppo lusingati da quella che potrebbe sembrare una bella apparenza. C'è una moda negli ultimi tempi. Tuttavia occorre avere bene in mente quali sono i sacrifici, i rischi e i profitti. Sicuramente bisogna partire da una base. Non si può pensare di cominciare da zero. Ci sono margini molto ridotti rispetto al capitale investito. L'importante è potersi appoggiare a qualcuno che abbia sia i mezzi tecnici, sia l'esperienza".

La trasmissione della conoscenza rappresenta sicuramente un grande valore aggiunto anche per la nuova generazione di agricoltori.

FORMAZIONE

Una formula innovativa

Si intitola "SonoFattiMiei?" il nuovissimo percorso di formazione, itinerante ed esperienziale, dedicato agli imprenditori.

"Il Friuli Venezia Giulia è una terra ricca di imprese d'eccellenza e di imprenditori capaci, determinati e molto preparati", spiega Andrea Guzzo, co-fondatore assieme ad Andreina Nonini dell'agenzia di comunicazione Studio Imagine di Tavagnacco che insieme a Carolina Venturini, autrice di Scritture Social e consulente digitale, ha organizzato il corso.

Il corso, in partenza dall'11 aprile, si svilupperà in sei giornate e si svolgerà in sei diverse e suggestive location del Friuli Venezia Giulia dove contesti naturalistici si trasformeranno in classroom on-site. Al progetto parteciperanno 20 professionisti dell'immagine, della comunicazione, del mondo digitale e di strumenti avveniristici come la realtà aumentata. Tra questi ci saranno grafici, fotografi, registi, videomaker, esperti e docenti di tecniche mnemoniche, di neuromarketing, di press & article marketing, di social media marketing, web e mobile marketing e molti altri. Per ulteriori info: www.sonofattimiei.it.

ETICA & ECONOMIA

Etico è disegnare il futuro

Etico è guardare, ma ancor di più scrivere, direi disegnare oggi il futuro della comunità in cui viviamo e magari si amministra. Nelle scorse settimane la Camera di commercio di Udine ha illustrato i passaggi di un importante lavoro che guarda appunto al futuro, al Friuli del domani. Sono convinto per guardare meglio al futuro non si possa prescindere dal passato e dall'identità di questo territorio al fine di promuoverne le sue numerose eccellenze.

Noi dobbiamo essere orgogliosi d'essere cittadini di questa regione che resta basata su un operoso benessere ed è certamente ben guidata dalle tante istituzioni presenti. Ma dobbiamo anche nel richiamo alle nostre radici, pensare alla qualità della vita del domani.

Accanto a ciò s'impone la creazione di nuove progettualità. Penso a Friuli Innovazione (eccezionale realtà ancor oggi poco nota) e alle prospettive per i giovani da essa derivanti, penso alle energie da valorizzare senza domandarsi quali siano i colori politici di appartenenza o riferimento, alla creazione di nuove e continue offerte di eventi in grado di abbinare cultura, economia e sociale ai nostri eccezionali prodotti enogastronomici. Ogni fine settimana dovrebbe essere caratterizzato da nuovi appuntamenti.

Se è vero che in Friuli si vive certamente meglio che nel caos delle grandi metropoli o nella confusione di altre realtà, accanto a questa situazione va pensato un futuro basato anche e soprattutto sulle nuove tecnologie per servire al meglio, ad esempio, turismo e commercio, per farci conoscere di più in forma accattivante garantendo, poi, quei servizi e quell'accoglienza "calda" che tutti ambiscono ricevere. I nuovi, e in costante aggiornamento, strumenti digitali possono aiutare a prendere in mano e per mano il Friuli e condurlo verso nuove sperimentazioni. L'innovazione può e crea occupazione.

Perché non mettersi in rete sia a livello di internet sia di relazioni umane di più per aggregarci e fare squadra. Realtà di coordinamento come la Camera di commercio, magari in un futuro anche in un'ottica regionale e non solo limitata al territorio provinciale, hanno già dimostrato di sapere fare positivamente la loro parte. Insieme possiamo vincere ogni sfida e disegnare un futuro che i ragazzi del 2015 ci chiedono di fare.

Daniele Damele

IMPRENDITORE STRANIERO - ATHEM KASALI Dirige una ditta di traslochi e trasporti

La volontà di ricominciare

Una vita per la famiglia, il lavoro, la casa e l'impresa. Incontrare Athem Kasali, arrivato in Friuli dall'Albania nel marzo del 1996, vuol dire trovarsi dinnanzi a una storia che parla di impegno, tenacia e dedizione. "All'inizio è stata dura", confessa l'imprenditore 57enne, iscritto alla Cciaa come artigiano, che oggi gestisce e dirige con successo una ditta di trasporti e traslochi a Udine, con sei dipendenti. "Quando sono sbarcato qui in Friuli - spiega -, dovevo ricostruire tutto: dall'impiego all'abitazione, avevo lasciato ogni cosa alle mie spalle".

Laureato in lingua e letteratura albanese, Athem ha fatto per molti anni l'insegnante di scuola nella sua città natale, Tirana. "Mi ricordo, come fosse oggi, il giorno in cui morì il dittatore Enver Hoxha, nel 1985. Quando si apprese la notizia, calò un silenzio di tomba in classe - racconta -, e con i miei colleghi decidemmo di mandare a casa tutti gli allievi". Dopo questa svolta storica, il cambiamento rapido. "Ho deciso di partire e di ricominciare", precisa Athem, che ha scommesso sul futuro con coraggio e spirito di sacrificio.



Athem Kasali con il figlio Alban, di 29 anni: anch'egli lavora nella ditta

Dopo essere giunto in Italia (dove la moglie Dalina l'ha raggiunto per ricongiungimento familiare), Kasali ha lavorato dal 1997 al 2000 come aiuto magazziniere (per la cooperativa Ideal Service) all'aerobase delle Frecce Tricolori a Rivolto. Un periodo che l'artigiano ricorda con enorme soddisfazione. "Per me, allora uno straniero appena arrivato qui - afferma Kasali -, è stato un motivo di grande orgoglio poter lavorare in un luogo così importante e prestigioso. Alla

base hanno creduto in me, affidandomi parecchie responsabilità - continua - e questo mi ha aiutato moltissimo nell'insediamento in Friuli e in Italia, una regione e un Paese che amo davvero". Non è ancora cittadino italiano, ma ha già presentato la domanda e ora non manca tanto al traguardo. "Oggi sto bene qui - ammette -, e anche potendo, non me la sentirei più di tornare in Albania". Eppure è molto legato al suo Paese d'origine e ci torna spesso, perché laggiù ha la

sciato una parte della sua numerosa famiglia.

L'abitazione di Kasali è in via Gregorutti 4 a Udine, dove ha sede legale la sua impresa, avviata nel 2000 (tel. 347/8388938 - 339/8847547). "Mettiamo a disposizione di privati, ditte ed enti pubblici una serie di servizi - fa sapere Athem -: dai traslochi in tutta la regione, in Italia e anche all'estero, ai trasporti sempre su scala nazionale e internazionale, con 7 mezzi tutti nuovi e 2 autoscalette montacarichi per i traslochi ai piani alti. Ma offriamo anche montaggio e smontaggio mobili, modifiche di falegnameria, sgomberi e deposito mobili, fornitura di scatole e imballaggi, i quali sono gratuiti per i traslochi completi". I preventivi e i sopralluoghi sono gratuiti, sito internet www.kasalitraslochi.it.

Il titolare lavora affiancato da un staff di 6 dipendenti (a partire dallo scorso dicembre): tre sono italiani (di cui 1 a Udine, 1 a Trieste e 1 a Palmanova), uno è rumeno, uno è albanese e poi c'è il figlio Alban, 29 anni, che in particolare gestisce i traslochi e l'ufficio (con lui a sx nella foto). Athem, invece, si occupa di più dei trasporti, for-



niti anche a importanti ditte di spedizioni. L'altro figlio, Ilirjan, 32 anni, ha aperto con la consorte un salone di parrucchieri in via della Prefettura a Udine.

Nonno da qualche tempo, Kasali ha per la sua famiglia un'autentica adorazione. Lo si capisce da come gli brillano gli occhi quando ne parla. "Siamo tutti dei grandi lavoratori - commenta -, non ci tiriamo mai indietro davanti alle sfide". Per il futuro, Athem pensa di ampliare la propria ditta, perché l'attività, nonostante la crisi, non solo va bene, ma è anche in crescita. Nella società friulana, i Kasali si sono stabiliti senza incontrare particolari difficoltà. "Ci siamo sentiti sempre ben voluti e accettati e lavoriamo bene - racconta -, tanto che alcuni clienti si rivolgono a noi da dieci, anche quindici anni. Una fiducia - conclude -, che ci onoriamo di ricambiare con la massima professionalità".

Alberto Rochira

Finanziamenti, contributi e accesso al credito: le opportunità offerte alle donne da Regione e Cciaa

DONNE IMPRENDITRICI



IL CONVEGNO

Chance di crescita

A Expo buone possibilità per le imprese rosa grazie alla "specializzazione" in turismo e agroalimentare

Chiara Pippo

Le imprese femminili attive al 31 dicembre 2014, in Fvg, sono 21.297, sulle 92.761 imprese totali, leggermente al di sopra della media italiana, con un valore del 23% del totale delle attive (22,3% in Italia). Nel 2014, in regione sono nate 1.431 imprese femminili (ne sono cioè nate in percentuale -8,8% rispetto al 2013) e i settori in cui trovano più spazi sono il commercio, il turismo e l'agroalimentare e i servizi alle imprese e alle famiglie. Fatto che dà indirettamente alle donne imprenditrici buone chance di crescita da cogliere con l'Expo 2015, proprio per i temi e le "specializzazioni" professionali e i conseguenti contatti d'affari che l'evento sarà in grado di produrre.

La fotografia del lato femminile dell'economia regionale arriva dal Centro studi della Camera di Commercio di Udine e inquadra il contesto del convegno organizzato dal Comitato imprenditoriale femminile della Cciaa udinese che si è tenuto a inizio marzo in Sala Valduga, concentrandosi in particolare sugli strumenti di finanziamento, accesso al credito e contributi per le aziende "rosa".



Ad aprire i lavori, il consigliere camerale Barbara Puschiassis assieme alla presidente del Comitato Mariella Moschione, mentre le conclusioni sono affidate all'assessore regionale Loredana Panariti. Al centro del convegno, gli interventi delle responsabili di alcuni tra i principali servizi della Camera di Commercio, Elisabetta Tomadini (Linee di finanziamento per le imprese femminili in delega regionale) e Martina Urbani (Start up e accesso al credito, con approfondimento di strumenti e agevolazioni per l'imprenditoria femminile nell'ambito del Fondo centra-

le di garanzia), alternati dalle esperienze di tre protagoniste dell'economia friulana che approfondiamo nelle schede di questa pagina: Angela Dosso, Chiara Adorini e Sarah Della Rovere.

Al responsabile del Centro studi camerale Mario Passon il compito di descrivere l'impresa femminile attraverso gli studi statistici. Passon mette in evidenza come esista ancora un divario tra il tasso di occupazione maschile e femminile, di 15,6 punti percentuali in Fvg: il tasso di occupazione maschile è del 70,9%, mentre quello femminile si ferma al 55,3%.

IN CIFRE

Occupazione: - 15% rispetto all'universo maschile

21297: le imprese femminili attive al 31 dicembre 2014

23%: la percentuale delle imprese su quelle totali (22,3% in Italia)

1431: le imprese rosa nate nel 2014 (- 8,8% rispetto al 2013)

55,3%: il tasso di occupazione femminile (-15,6% rispetto a quello maschile)

9%: il tasso di disoccupazione (7,4% quello maschile)

L'80% degli occupati a "tempo parziale" è donna

Un quarto (25,3%) delle imprese femminili opera nel commercio

Il 75% delle imprese attive guidate da donne è costituito nella forma di impresa individuale

Divario anche sul fronte disoccupazione, di 1,7 punti percentuali: 7,4% quello maschile, 9% quello femminile.

L'occupazione di genere per macrosettore in Fvg. La percentuale di donne occupate sul totale occupati (maschi + femmine) è complessivamente il 44%. Forti le differenze tra macrosettori: nei servizi è il 54,5%, nel primario (agricoltura, silvicoltura e pesca) il 34%, nell'industria il 22%.

I contratti di lavoro in Fvg:

Tra le donne è molto diffuso il tempo parziale. L'80% degli occupati a "tempo parziale" è donna.

La struttura delle imprese femminili nel Friuli Venezia Giulia. Il 75% delle imprese attive guidate da donne è costituito nella forma di impresa individuale (contro una media del 61%). Questo dato si correla alla dimensione delle imprese: il 65% delle imprese femminili del Friuli Venezia Giulia conta solo sul titolare o al massimo

1 addetto Friuli Venezia Giulia: distribuzione % delle imprese femminili attive per comparto economico. Un quarto (25,3%) delle imprese femminili opera nel commercio; il 21,5% appartiene al primario, il 16% ai servizi alle famiglie. Il 52,4% delle imprese che lavorano nei servizi alle famiglie è "rosa". Significativo il "peso" delle imprese femminili anche nei servizi di ospitalità e ristorazione (36%), nel primario (31%) e nel commercio (25%).

L'INTERVISTA/1

"Il genere un ostacolo? Non più di tanto"

Informatica, ma anche un po' economista. Entusiasta, però con i piedi per terra. Curiosa e intraprendente. Sicura di sé ma sempre pronta al confronto. Angela Dosso è così e quando parla di sé, della sua esperienza lavorativa, lo fa con un'energia veramente contagiosa. Fin dall'inizio della sua carriera si è occupata di software, gestionale soprattutto, in aziende prestigiose quali Olivetti, IBM, Uniface e Compuware realtà dove ha trovato "manager veramente capaci, che hanno saputo trasmettermi molto, compresa la passione per quello che stavamo facendo e il desiderio di migliorare sempre". Cosa non da poco - e lo ammette lei stessa, dicendo che è stata fortunata, ma si sa che la fortuna aiuta gli audaci - in un ambiente prettamente maschile. "Il genere un ostacolo? Non più di tanto. Certo qualche diffidenza iniziale forse c'era (anche se non sempre traspariva), perché le donne laureate in informatica erano proprio poche quando ho cominciato a lavorare. Non sono molte nemmeno ora, ed è un peccato, ma sono certa che il gap si colmerà presto perché le ragazze, oggi, si rendono conto che padroneggiare le tecnologie è fondamentale". E proprio di tecnologie si occupa attualmente Angela, che può vantare anche una lunga esperienza in Eurotech. "L'integrazione fra informatica e nuove tecnologie è il mio ambito operativo, adesso, un settore che mi permette di continuare ad imparare. Meglio di così!" Angela è anche una mamma "con un figlio ormai grande - precisa - e questo mi consente, attualmente, una notevole libertà di movimento. Quando era piccolo, in effetti, la situazione era più complicata e conciliare il lavoro con le sue esigenze non è stato sempre agevole, ma ce l'abbiamo fatta. I vantaggi, per lui, di questa vita "itinerante", però ci sono stati: ha conosciuto tanti Paesi, tanti modi di vivere diversi e ha imparato l'inglese senza fatica. Credo che, facendo un bilancio, gli aspetti positivi superino di gran lunga i negativi". Sempre a caccia di stimoli, Angela - nei limiti del possibile - non si fa mancare nulla. Nel tempo libero (ma quanto ne avrà? Mah...), riesce anche a dedicarsi al volontariato sostenendo le attività di un Istituto Tecnico in Mozambico.



Angela Dosso

Raffaella Mestroni

L'INTERVISTA/2

"Ci vuole passione e tanto coraggio"

Giovani, quando hanno un progetto in cui credono, riescono a parlarne con un dinamismo coinvolgente. Li ascolti e alla fine della descrizione ci credi e anzi, sei già disponibile ad aiutarli. Accade così a chi ascolta Chiara Adorini illustrare la sua idea d'impresa: una sorta di centro dove, ai servizi di veterinaria che lei già è in grado di garantire, si affianchino pure sezioni dedicate all'alloggio, alla toelettatura, alla fisioterapia (sì, anche gli animali ne hanno bisogno), e ancora l'addestramento, la pratica di sport cinofili, la terapia assistita (o pet therapy). Insomma, una cittadella dove l'obiettivo è il benessere degli animali e di chi li tiene con sé e dove lavorino insieme, come un team affiatato, professionisti di aree diverse. Il suo concetto di multidisciplinarietà, secondo voi, da dove può arrivare? Ma dalla Patria di questo modello operativo, ovvero gli States. Chiara, infatti, dopo la laurea conseguita a Milano, si sposta negli Usa dove collabora con cliniche veterinarie specializzate in chirurgia dei piccoli animali e nel 2009 consegue il titolo internazionale di Agopunturista veterinaria. Non si ferma qui, però, perché decide pure di approfondire la fisioterapia riabilitativa canina. Rientrata a Udine lavora nell'ambulatorio veterinario di Zugliano con la dottoressa Maria Cristina Riva ed elabora, gradualmente, il suo progetto d'impresa. Nonostante la giovane età - trent'anni - o forse proprio per questo, decide di porsi un traguardo ambizioso fin dall'inizio "che certo - assicura - raggiungerò attraverso un percorso a più step", ma il progetto è già delineato e strutturato. Per i finanziamenti, Chiara presenterà domanda anche sui fondi riservati all'imprenditoria femminile e animata da una buona dose di "passione, coraggio, incoscienza ma anche fiducia nelle mie capacità" afferma decisa, comincerà i lavori non appena possibile. Gli animali (non solo gatti e cani, ma pure cavalli e asinelli) sono una risorsa incredibile per gli esseri umani e la loro compagnia si trasforma in uno strumento prezioso per chi vive situazioni di disagio. Disagio fisico o mentale, poco importa. Funzionano sempre. Svolgere un ruolo attivo insieme a loro, aiuta a recuperare energia, mobilità, serenità, orientamento spazio temporale, insomma consente di velocizzare i percorsi di recupero o di migliorare una situazione di sofferenza. Ancora poco diffusi in Italia, se non nelle fattorie didattiche, questi modelli terapeutici sono adottati da tempo in altri Paesi e i risultati sono eccellenti.



Chiara Adorini

Ra.Me

L'INTERVISTA/3

"Non arrendersi mai nonostante le diffidenze"

In azienda, praticamente, c'è nata e cresciuta. Non che questo significhi automaticamente avere la carriera segnata, ma di sicuro aiuta. Respirare il profumo del lavoro fin da piccoli, perché l'impresa guidata dai genitori è, di fatto, la seconda casa, avvicina al mondo produttivo in maniera familiare e genuina. Così è stato per Sarah Della Rovere che si è trovata, diciamo così quasi per caso, a prendere le redini dell'impresa di famiglia, la Zeta srl insieme a suo fratello. "Non era scontato - afferma - né mio padre lo avrebbe preteso. E' stato sicuramente un approdo naturale, che si è concretizzato alla fine del mio percorso di studi. Gestire un'azienda, oggi, non è facile, meno che mai in un settore - come quello dell'arredamento - dove la concorrenza è spietata. Per fortuna, la Zeta srl anche nel periodo peggiore per il comparto, quando le aziende chiudevano una dietro l'altra, ha saputo mantenere la sua solidità, grazie a un'impostazione corretta e a una conduzione che è stata in grado di adattarsi ai cambiamenti del mercato senza sacrificare qualità e affidabilità. "Il merito è di mio padre Luciano - ci tiene a sottolineare Sarah - che si è dimostrato un imprenditore lungimirante oltre che un gran lavoratore. Ha saputo instaurare buoni rapporti con i dipendenti, basati sulla fiducia e il rispetto". Parlando di accesso al credito Sarah, che cura le relazioni con le banche, afferma di non essersi mai trovata in difficoltà, "vuoi perché l'azienda è sempre stata solida, appunto, e quindi gli istituti di credito non si tiravano certo indietro, anzi; vuoi perché le necessità aziendali non sono mai state così "importanti" per quanto riguarda il versante finanziario, fatto sta che quando abbiamo avuto bisogno di un finanziamento abbiamo trovato sempre massima disponibilità". Alle donne che oggi hanno bisogno di credito per intraprendere un'attività in proprio, Sarah consiglia di "non arrendersi mai, perché è vero che nei confronti delle imprese a guida femminile c'è più diffidenza, ma è altrettanto vero che di fronte a un progetto serio, curato e affidabile, anche le banche un pensiero lo fanno".



Sarah Della Rovere

R.M

Successo per il salone delle professioni e della formazione al servizio delle nuove generazioni

FORMAZIONE



YOUNG

Dall'idea all'impresa

Gli imprenditori si raccontano agli studenti "Essere creativi e coraggiosi per vincere la crisi"

Giada Marangone

Successo per Young, il salone delle professioni e della formazione al servizio delle nuove generazioni dedicato all'orientamento scuola-lavoro che si è tenuto dal 5 al 7 maggio alla Fiera di Torreon di Martignacco. Organizzato da Udine Gorizia Fiere, dalla Fondazione Crup e dall'Ufficio scolastico regionale-Miur in collaborazione con la Regione Friuli Venezia Giulia, la Camera di Commercio di Udine, l'Università degli Studi di Udine e le Consulte degli Studenti di Udine e Gorizia, Young ha visto susseguirsi ben 119 incontri con oltre 100 relatori provenienti dal mondo delle professioni e delle imprese dialogare con i quasi 3.000 studenti, provenienti da oltre 30 scuole superiori della provincia di Udine e di Gorizia.

Di particolare interesse per gli studenti gli incontri "a tu per tu" con gli imprenditori, un dialogo aperto e uno scambio di proficue informazioni sui diversi settori tematici-occupazionali. Per l'occasione sono stati inoltre organizzati veri e propri "Salotti" dove gli imprenditori o startupper si sono raccontati in modo informale e diretto agli studenti, favorendo momenti di interscambio, confronto e discussione. I Salotti "Professioni", coordinati dall'Università di Udine, hanno coinvolto ordini e collegi professionali (agronomi, architetti, avvocati, commercialisti, fisioterapisti, geometri, giornalisti, infermieri, ingegneri, medici, periti industriali, psicologi, tecnici di radiologia, fotovideo-grafica, moda e alberghiero) mentre i Salotti "Imprese", curati dalla Camera di Commercio di Udine - Azienda Speciale I.TER, hanno interessato le as-



sociazioni di categoria (Coldiretti, Confagricoltura, Confapi, Confartigianato, Confcommercio, Conifcooperative, Confindustria, Lega Coop e i comitati di imprenditoria giovanile).

119 incontri con oltre 100 relatori provenienti dal mondo delle professioni e delle imprese. Quasi 3.000 gli studenti

Il Salotto di Confartigianato ha visto tre giovani startupper "mettere a nudo" criticità e soddisfazioni legate alle proprie attività e parlare della loro esperienza di imprenditori e del percorso che li ha portati a concretizza-

re la loro idea o progetto d'impresa, a volte lontano dagli studi accademici effettuati in precedenza.

Federico Cacciapuoti è co-titolare di "Bottega creativa", una piccola bottega artigiana che fa stampa personalizzata grazie anche grazie a rinomate collaborazioni con artisti. Per Cacciapuoti aprire un'attività propria era diventata una necessità: «Essendo creativi si è più liberi. Attualmente siamo in due, abbiamo un laboratorio dove produciamo i nostri lavori e un negozio di vendita rivolto ai privati. Oggi - continua Cacciapuoti - per chi ama la moda c'è la possibilità di realizzare un capo di abbigliamento senza necessariamente ricorrere ad una produzione di serie, e poi attraverso il social network come Facebook veicolare i propri lavori. Nel mio lavoro,

come nella vita, gli elementi chiave sono la creatività, il coraggio e l'entusiasmo. Particolare attenzione poi bisogna dare ai rapporti umani diretti, che sono determinanti, e determinano l'affidabilità e la serietà della propria attività».

Un'altra storia che ha riscosso l'attenzione del pubblico presente è stata quella di Walter

Per Federico Cacciapuoti, co-titolare di "Bottega creativa", aprire un'attività era diventata una necessità. Walter Della Mora, fondatore di "Mago", ha trasformato l'hobby nel suo lavoro

Della Mora che ha saputo trasformare quello che per lui era un hobby in un mestiere, fondando "Mago", una ditta individuale di progettazione. Per Della Mora: «Ogni progetto è una sfida nuova» e il cliente "va seguito, supportato e affiancato nella scelta della migliore soluzione possibile».

Anche lui concorda nell'importanza dei rapporti, sostenendo che «gli affari migliori si fanno al bar, dove c'è un rapporto umano diretto».

«Un percorso travagliato», come lei lo ha definito, quello che ha portato Eleonora Peresini, dopo studi economici e varie esperienze lavorative come i tre anni di praticantato in uno studio di commercialisti a fondare e aprire, in centro storico a Cividale del Friuli, "Frel" dove produce e vende crepes e yogurt con il suo brand.

LA VOCE DEGLI STUDENTI

"L'estero? Un'opportunità"

Incertezza sul proprio futuro, idee poco chiare sulla professione da intraprendere e molti dubbi che l'Italia possa essere un Paese dove lavorare con soddisfazione e successo: sono queste le maggiori preoccupazioni degli studenti che hanno partecipato a Young. Per i ragazzi, che si apprestano a terminare il percorso di studi, l'estero è visto come un'opportunità; consapevoli della situazione critica del mercato occupazionale nel nostro Paese, molti giovani vedono "oltre confine" la loro carriera lavorativa futura. Ad esempio, Simone Severini, studente del Liceo scientifico statale "N. Copernico", dopo la laurea in psicologia vorrebbe fare il ricercatore. «Mi trovo davanti ad un bivio - ha commentato Simone - perché la ricerca in Italia non è finanziata ed è difficile fare carriera; quindi non so se resterò in Italia o andrò all'estero».

Estero anche per Davide Brullo, studente del ITC Deganutti: «Mio zio ha un'impresa e lavora all'estero. Terminati gli studi mi trasferirò a New York per lavorare» e per Valentina Archioia del liceo classico Jacopo Stellini: «Preso la maturità classica mi trasferirò in Inghilterra per studiare architettura e poi vorrei fare giornalismo e specializzarmi». Anche Elisabetta Codutti vede nel suo "progetto di vita" l'estero: «Mi piacerebbe lavorare nel campo del sociale come educatrice e avere a che fare direttamente con le persone».

Il mondo e la medicina sono le visioni di Ludovica Treppo: «Vorrei studiare medicina, anche in Italia, e in seguito mi piacerebbe lavorare per "medici senza frontiere"».

Idee chiare per Leonardo Specogna, studente del Collegio Uccellis: «Terminato il liceo classico la mia idea è quella di andare in Germania a studiare servizi finanziari».

«Sogna un futuro in Italia» Davide De Stefano, studente del ITC Deganutti: «Voglio restare in Italia e lavorare in una tipografia; anche mio padre è tipografo. Mi piacerebbe - ha continuato Davide - inoltre studiare agraria. Con la scuola ho partecipato al progetto Start Cup Fvg».

Elisa Cussigh, studentessa del Deganutti vuole invece specializzarsi a Rovigo come educatore socio-culturale e realizzare progetti per disabili, emigrati e malati, meglio se nel Belpaese.

G.M.



Azienda Speciale Imprese e Territorio I.Ter - Ramo Formazione

formazione

Formazione 2015

INVESTIRE IN PROFESSIONALITÀ

STIMA DEI FABBRICATI SPECIALI E DELLE AREE EDIFICABILI SECONDO GLI STANDARD INTERNAZIONALI DI VALUTAZIONE

Date previste: 14 e 16 aprile 2015 (14.30 - 18.30)

Docente: geom. E. Boscaro

Durata: 8 ore

Costo: 95,00 euro, esente Iva

COME IL CLIENTE CREA COMPLESSITÀ?

Activity Based Costing e Activity Based Management

Date previste: 13 e 15 aprile 2015 (18.00 - 21.30)

Docente: dott. F. Lagonigro

Durata: 7 ore

Costo: 90,00 euro, esente Iva

COMUNICARE CON IL PROPRIO PERSONALE IN TEMPO DI CRISI: NUOVI STRUMENTI DI GESTIONE E VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE

Date previste: 20 e 29 aprile 2015 (17.30 - 20.30)

Docente: dott. D. Quattrone

Durata: 6 ore

Costo: 80,00 euro, esente Iva

DAL CONTROLLO DI GESTIONE AL CONTROLLO STRATEGICO

Date previste: 18 e 20 maggio 2015 (18.00 - 21.30)

Docente: dott. F. Lagonigro

Durata: 7 ore

Costo: 90,00 euro, esente Iva

Imprenderò 4.0

Seminario
UNO SU TWITTER CE LA FA
Come aprire e gestire al meglio il proprio account
 Data: 16 aprile 2015, dalle ore 9.00 alle 18.00

Relatori
ROSY RUSSO di UAUACADEMY TRIESTE
 Esperta in social media marketing

Programma

- introduzione ai social e potenzialità di Twitter
- come creare un account coltivare le relazioni
- comunicare in 140 caratteri:
- gestire le conversazioni: dagli hashtag alle crisi
- utilizzo di strumenti di integrazione: Tweetdeck
- esercitazioni

Presso: FRIULI FUTURE FORUM CCIAA UDINE (Via Calzolari, 5 Udine)
 Massimo 30 posti

Informazioni e iscrizioni: daniela.morgante@ud.camcom.it

www.imprendero.eu
 Il Progetto Imprenderò 4.0 è finanziato dal Fondo Sociale Europeo - UN INVESTIMENTO PER IL TUO FUTURO - Programma operativo 2007/2013 - Asse 2 Occupabilità PPO 2013, Programma specifico n.8 e dal Programma esterno parallelo del POR FESR 2007/2013 rientrante nel Piano di azione e coesione - PAC - Garanzia Giovani FVG.

Informazioni e iscrizioni: daniela.morgante@ud.camcom.it, mauro.chiaruttini@ud.camcom.it

Gli uffici operativi dell'Azienda Speciale I.Ter - Formazione si trovano in Via Morpurgo 4 Udine, al piano terra, presso la sede della Camera di Commercio di Udine
 Tel. 0432 273245

Programmi e adesioni online: www.ricercaformazione.it

Opportunità in Nordamerica per i produttori di cibo e di vino. La provincia dell'Ontario è la più fiorente

INTERNAZIONALIZZAZIONE



L'INTERVISTA AL CONSOLE ONORARIO

Un Paese appetibile

Il Canada ha una burocrazia snella e grazie ai suoi legami con il Friuli si conferma territorio fertile

Luciano Patat

C'è un filo diretto che, storicamente, lega la nostra regione al Canada. Basti pensare che oggi in tutto il territorio nordamericano ci sono 250.000 friulani, 50.000 dei quali a Toronto.

Il Paese dell'acero è guardato, dunque, con grande interesse anche da parte delle imprese, come testimoniano le sette missioni (due delle quali esplorative) promosse in Canada dalla Camera di Commercio di Udine, capaci di coinvolgere 51 aziende friulane, con oltre 400 controparti incontrate. L'ultima si è svolta dal 23 febbraio al 2 marzo scorsi e ha visto coinvolti il presidente della Cciao di Udine, Giovanni Da Pozzo, e il console onorario del Canada, Primo Di Luca, che si sono confrontati con molti interlocutori economici e culturali.

A raccontarci le sinergie fra il Canada e Udine (dove nel novembre 2012 è stato aperto il primo Consolato in Italia, seguito dodici mesi dopo da quello di Milano) è Primo Di Luca, 78 anni, originario di Codroipo ed emigrato nel Paese nordamericano oltre 60 anni fa. Prima di essere nominato console onorario nell'aprile 2012, ha ricoperto numerosi ruoli, tra i quali quello di presidente della Famee Furlane per 11 anni e presidente del Congresso italo-canadese.

Partiamo da una particolare: il Consolato canadese è ospitato nella sede della Camera di Commercio di Udine, primo esempio di questo tipo in Italia. Quanto è forte la vostra sinergia con l'ente camerale?

«Va dato atto al presidente Da Pozzo di aver fortemente creduto in questa possibilità. Quando



il Governo canadese ha cominciato a pensare all'iniziativa, è stato lui a volere con convinzione il Consolato nell'attuale "quartier generale" di piazza Venerio. Da subito si è instaurata una proficua collaborazione, come si può intuire anche dalle numerose missioni promosse in terra canadese. Io, da friulano, mi sento a casa e sono felice di questo incarico».

Quali frutti hanno assicurato i viaggi in Canada per le imprese di casa nostra?

«Molte aziende hanno trovato una rappresentanza sul territorio, oppure hanno "seminato" per successive sinergie economiche nel Paese. È questa l'ottica giusta: non basta fare un ottimo prodotto, è necessario anche promuoverlo al meglio».

In quali settori potrebbero esserci gli sbocchi più significativi?

«I nostri produttori di cucine e quelli legati all'arredamento hanno la possibilità di trovare terreno fertile. Ma non va dimenticato come la comunità friulana trapiantata in Canada sia molto legata all'edilizia, al-

tro ambito significativo. Inoltre, buoni riscontri potrebbero provenire dal manifatturiero e per le aziende che producono vino: oggi, nel territorio nordamericano vige una misura di esportazione controllata, ma stiamo lavorando a nuove regole in grado di agevolare le realtà operanti in questo settore. Nei prossimi mesi potrebbero esserci novità».

Come possiamo "fotografare" lo stato di salute del Canada in questo momento?

«È il secondo Paese al mondo a livello di stabilità economica, con una burocrazia snella e un quadro politico meno frastagliato che in Italia: basti pensare che, di fatto, ci sono soltanto tre partiti. Non intendo fare paragoni con la nostra nazione, ma ritengo che il Canada sia davvero un Paese appetibile per le aziende friulane».

C'è una parte di territorio più attraente, sotto questo profilo, per le imprese?

«Il territorio è piuttosto omogeneo: la provincia di Ontario è quella più fiorente, ma anche British Columbia e Alberta sono interessanti».

DESK CANADA

Consulenza alle Pmi

Durante la missione a Toronto di fine febbraio è nato il Desk Canada. «Il Desk – spiega il presidente Cciao Giovanni Da Pozzo – è un servizio di orientamento e consulenza specializzato, che il sistema camerale offre alle Pmi interessate ad avviare o approfondire i rapporti commerciali con determinati mercati. Abbiamo lanciato dunque l'accordo, realizzato insieme alla Camera di Commercio di Toronto, trait-d'union con tutte le Camere italo-canadesi». Le imprese friulane potranno accedere a diversi servizi di assistenza specializzata e le imprese canadesi verranno contattate dalla Camera italo-canadese per verificare l'interesse commerciale e approfondire aspetti tematici legati alla collaborazione tra i due mondi imprenditoriali.

Le imprese interessate potranno richiedere assistenza alla propria Cciao, inviando la scheda di contatto (www.ud.camcom.it). L'iniziativa sarà attiva per tutto il 2015 ma le richieste dovranno pervenire entro il 13 novembre.

Per info, oltre al sito: 0432.273535, promozione@ud.camcom.it.

IN BREVE

UNA DECINA DI OPERATORI IN ARRIVO DALL'AREA CASPICA

Azerbaijan e Kazakhstan saranno i Paesi dell'area caspica da cui le Camere di Commercio di Gorizia, Pordenone e Udine accoglieranno una decina di operatori economici della filiera delle costruzioni e dell'abitare. La delegazione da Almaty e Baku sarà a Udine il 28 aprile per incontri B2b e il 29 aprile per visite alle imprese (info su www.ud.camcom.it, alla sezione Internazionalizzazione, e progetti.info@ud.camcom.it). Oltre ad Azerbaijan e Kazakhstan, quest'anno le Cciao, nell'ambito del progetto "Fyg vs Global competition" (sostenuto dalla Regione), propongono alle imprese un'estensione dell'attenzione sull'intera area, aggiungendo la conoscenza di Georgia e Turkmenistan. Per approfondire questi nuovi mercati, recentemente ha organizzato un seminario partecipatissimo – una quarantina le imprese aderenti – in vista anche del prossimo incoming e quindi della missione che toccherà tutti e quattro i Paesi, e si terrà nella seconda parte dell'anno, dal 30 novembre al 4 dicembre, per cui si può aderire fino a fine luglio.

Si tratta di alcuni dei mercati con crescita più elevata, in particolare per le ingenti risorse energetiche che stanno dando l'abbrivio allo sviluppo. Su Azerbaijan e Kazakhstan, le aziende hanno anche a disposizione un servizio di assistenza e consulenza specializzata, ossia un Desk per ciascun Paese, contattabile tramite il sito camerale e i recapiti 0432.273534 e promozione@ud.camcom.it.



CERTIFICATI E VISURE IN INGLESE

I certificati e le visure camerale si possono chiedere anche in lingua inglese, grazie all'opportunità offerta dalle Camere di Commercio italiane, tramite Infocamere, servizio di cui possono usufruire le aziende che operano con l'estero e le aziende straniere che hanno interessi in Italia. L'opportunità, attiva ovviamente anche alla Cciao di Udine, vuole dare ulteriore supporto all'internazionalizzazione del sistema produttivo e si rivela utile soprattutto in vista di Expo e delle nuove occasioni di interscambio commerciale fra imprese italiane e straniere che l'evento sarà in grado di determinare. La possibilità di ottenere un certificato o una visura in lingua inglese può concretizzarsi sia allo sportello della Camera di Commercio sia direttamente sul portale www.registroimprese.it, con risparmio di tempo e costi per l'impresa.

DOPPIA MISSIONE IN MEDIORIENTE

Una doppia missione, primaverile e autunnale, porterà le imprese regionali in Medio Oriente, con una formula "personalizzabile", ossia con una serie di tappe che le singole imprese potranno scegliere di coprire in base ai propri obiettivi e specializzazioni produttive. Si parte per prima cosa dal 3 al 7 maggio e quindi, per il secondo round, si va dal 22 al 26 novembre 2015. Il primo viaggio si concentra su Arabia Saudita (Jeddah) o Oman (Mascate), Qatar (Doha) e Emirati Arabi Uniti (Abu Dhabi o altro emirato). A fine novembre si andrà invece in Kuwait, Bahrein, Emirati Arabi Uniti (Dubai) o Arabia Saudita (Riad). Per questa seconda missione, le adesioni vanno inviate entro il 31 luglio. Programma, modalità di partecipazione, quote e servizi inclusi sono evidenziati sul sito www.ud.camcom.it. Per info, 0432.273537 e progetti.info@ud.camcom.it.

BANDO VOUCHER ANCHE NEL 2015

Il bando Voucher per l'internazionalizzazione è rinnovato, per le imprese della provincia di Udine, anche per il 2015. Le tipologie richiedibili sono: un Voucher "A" di 3.500 euro (a fronte di una spesa minima di 5.000 euro), un Voucher "B" di 2.000 euro a fronte di una spesa minima dell'impresa di 2.857,14, e un Voucher "C" di 1.500 euro per una spesa minima di 2.142,86 euro. Il voucher è possibile anche per le partecipazioni a visite studio collettive a fiere, esposizioni, eventi di rilievo internazionale e in questo caso, secondo i criteri espressi nel bando, è possibile cumulare fino a 4 iniziative per arrivare alla soglia minima di spesa richiesta per accedere ai fondi. Il contributo è a fondo perduto, in conto capitale, nella percentuale massima del 70%. Le domande vanno inoltrate via Pec a [HYPERLINK "mailto:contributi@ud.legalmail.camcom.it"](mailto:HYPERLINKmailto:contributi@ud.legalmail.camcom.it) contributi@ud.legalmail.camcom.it (scadenza 16 novembre). L'elenco delle numerose visite studio già in promozione è consultabile nella sezione "internazionalizzazione" (alla voce programma cliccare "calendario iniziative") del sito www.ud.camcom.it.

EEN

L'11 giugno a Ostrava

Proprio oggi un gruppo di aziende friulane è a Szczecin (Polonia) per un evento B2b di Enterprise Europe Network (Een), la più grande rete sostenuta dalla Commissione Europea per aiutare le Pmi a sviluppare innovazione e internazionalizzazione. Prossimo appuntamento Een, di cui la Cciao è sportello, è l'11 giugno, a Ostrava (Repubblica Ceca), dedicato a università, enti di ricerca e aziende di tutta Europa interessate a condividere nuove idee per Horizon 2020, Erasmus+, Eurostars.

La registrazione va fatta entro il 15 maggio su OSTRAVA2015/ <https://b2bharmo.com/OSTRAVA2015/>. Dal 1° giugno i partecipanti possono richiedere gli incontri bilaterali e ciascuno riceverà un'agenda personalizzata. Sono sempre aggiornate sul sito Cciao le iniziative Een. Per prenotare: progetti.info@ud.camcom.it o 0432.273-516-826.

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 "POD – Partnering Opportunity 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.

SPAGNA – FOOD

Azienda spagnola operante nella distribuzione di snack, dolci e marmellate mette a disposizione propria rete al dettaglio a produttori europei e cinesi. (Rif. 2015.03.01 BRES20150212001)

POLONIA – POLTRONE

Azienda polacca attiva nel mercato home cinema cerca fornitori di poltrone specifiche. (Rif. 2015.03.02 BRPL20131219001)

POLONIA – ICT

Azienda IT polacca specializzata in tecnologie cloud cerca partner per outsourcing. (Rif. 2015.03.03 BOPL20131121004)

POLONIA – ELETTROTECNICA

Venditore all'ingrosso polacco, di lunga esperienza, cerca produttori di materiale elettronico per offrire i propri servizi di rappresentanza. (Rif. 2015.03.04 BRPL2014125001)

REGNO UNITO – PRODOTTI CHIMICI

Azienda inglese ha sviluppato un rivoluzionario sistema per la disinfezione delle superfici. Cerca aziende chimiche in grado di produrre e confezionare il proprio prodotto. (Rif. 2015.03.05 BRUK20141007003)

SLOVENIA – SISTEMA VENTILAZIONE FINESTRE

Rinomata azienda slovena produttrice di porte e finestre ha lanciato un innovativo sistema di ventilazione che permette fino all'87% di recupero del calore. L'azienda cerca distributori e partner per joint venture. (Rif. 2015.03.06 BOSI20150310001)

REGNO UNITO – CERCASI SCARTI HDPE

Azienda inglese cerca fornitori regolari di scarti HDPE (polietilene ad alta densità) per riciclaggio e riconversione in nuovi prodotti. (Rif. 2015.03.07 BRUK20130912001)



L'Europa alla portata della vostra impresa.

AVVISO

(L'Azienda Speciale Imprese e Territorio – I.TER della Cciao 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 – I.TER
Via Morpurgo 4
33100 Udine
Tel 0432 273516 273826
Fax 0432 503919
e-mail: progetti.info@ud.camcom.it

Il Friuli Venezia Giulia all'8° posto tra le Regioni italiane per le invenzioni

CAMERA DI COMMERCIO



INNOVAZIONE

Archimede friulani

A fine 2014 sono stati depositati più di 700 tra marchi, brevetti e design alla Cciaa di Udine

David Zanirato

Una flessione complessivamente pari al 15% rispetto ai numeri dello scorso anno che comunque non scalfisce le posizioni di tutto rispetto conquistate nelle varie graduatorie a livello nazionale. In fatto di brevetti, marchi e design dunque gli "Archimede" residenti tra Udine e la sua provincia spingono ancora forte.

L'ISTANTANEA SUL FRIULI

A metterlo in luce le ultime statistiche del Ministero per lo Sviluppo Economico che segnalano a fine 2014 nell'elenco dei titoli intellettuali depositati ben 110 Invenzioni, 384 Marchi, 8 Modelli di Utilità e 4 tra Disegni e Modelli; complessivamente dunque 506 titoli, il 43% di quelli dell'intero Friuli Venezia Giulia. Più elevata la performance che riguarda la Camera di Commercio di Udine, alla quale evidentemente si rivolgono cittadini ed imprese provenienti anche da fuori provincia. In questo caso le Invenzioni salgono a quota 198, i Marchi a 474, i Modelli di Utilità a 24 e il Design e Modelli a 5 per un saldo complessivo di titoli che si attesta a 701. Uno dei motivi della flessione rispetto al 2013 - oltre alle ripercussioni della crisi naturalmente - è da ricondursi al fatto che le traduzioni BE (brevetti europei) dal luglio scorso sono migrate sulla piattaforma online, non passando più quindi per gli uffici di Via Morpurgo. Guardando al quadro regionale degli ultimi 10 anni (2004-2014) si ottengono comunque delle medie di tutto rispetto che a loro volta proiettano attualmente il Friuli Venezia Giulia all'8° posto tra le Regioni italiane per le Invenzioni,

IN CIFRE

I titoli depositati alla Cciaa di Udine per tipologia

	2010	2011	2012	2013	2014
Invenzioni	238	217	223	177	198
Marchi	549	530	487	539	474
Mod. utilità	19	14	24	37	24
Disegni	9	14	17	13	5
Marchi internazionali	69	83	56	62	90
Traduzioni BE	569	647	683	719	631
Annotaz./Trascr./Riserve	298	413	561	417	409
Depositi complessivamente ricevuti	1.751	1.918	2.051	1.964	1.831

all'11° per i Marchi, al 12° per i Modelli di Utilità e al 5° per i Disegni. L'altro dato da evidenziare per la provincia friulana in particolare arriva dal rapporto 2014 dell'Osservatorio Unioncamere che segnala come Milano, Treviso e Udine compongono il triangolo creativo del Design: tra il 2009 e il 2013 sono stati 97,5 mila i nuovi disegni comunitari depositati allo UAMI, con un andamento pressoché stabile (-0,1%); i prodotti per i quali si registra un maggior ricorso alla protezione del design appartengono prevalentemente ai settori "tradizionali" del made in Italy: la casa, l'arredamento, la moda, l'illuminotecnica e il packaging. A livello provinciale Milano è la provincia capitale del design, con il 15% delle domande italiane depositate in Europa, seguita da Treviso (6,6%) ed appunto Udine (5,5%).

LA PANORAMICA NAZIONALE

Ed è interessante scoprire - sempre dal rapporto Union-

camere - come la culla dell'innovazione si trova presso le imprese italiane, alle quali si devono l'85% delle domande di brevetto pubblicate dall'EPO (European Patent Office), l'88% dei marchi comunitari depositati presso l'UAMI (Ufficio Italiano Brevetti e Marchi) tra il 2004 e il 2013, e il 93% delle domande di design comunitario depositate tra il 2009 e il 2013. E' in diminuzione inve-

ce il numero delle aziende che hanno sviluppato almeno un brevetto europeo (circa 6 mila), restano stabili le imprese che hanno depositato almeno un disegno comunitario (circa 4 mila), mentre sono in forte crescita quelle che ricorrono alla protezione dei prodotti e dei servizi registrando un marchio comunitario (oltre 14 mila), in particolare quelle relative all'abbigliamento e alle



calzature (18,6%), alla lavorazione del cuoio e della pelletteria (12,1%). A far correre la fantasia dei geni italiani sono soprattutto le tecnologie verdi, a cui si riconducono 2.118 brevetti. Questi ultimi rappresentano solo il 5,3% delle 40,2 mila domande italiane brevettuali pubblicate nell'ultimo decennio dall'EPO, ma avanzano a passo sostenuto, con un ritmo superiore al 6% l'anno.

LE NOVITÀ PER IL 2015

Sono stati intanto spostati dal 1° marzo al 17 maggio 2015 i termini per il nuovo deposito telematico di marchi e brevetti al Ministero dello sviluppo economico (www.uibm.gov.it). Sino a quella data sarà comunque ancora possibile effettuare il deposito nella attuale doppia modalità: sia con documentazione cartacea sia attraverso il sistema webtelemaco gestita da Infocamere. A partire poi dal 18 maggio 2015 il deposito telematico dovrà avvenire esclusivamente attraverso il portale on line dell'Uibm (a disposizione anche per il privato cittadino che così non verserà più i 40 euro di diritti di segreteria, ndr) e verrà dismesso il sito webtelemaco.infocamere.it mentre il deposito cartaceo dovrà avvenire attraverso gli uffici marchi e brevetti delle Camere di Commercio, utilizzando la nuova modulistica; le tasse e i diritti di deposito e di mantenimento in vita dei titoli di proprietà industriale dovranno essere versati attraverso il modello F24. Per tutte le informazioni necessarie ricordiamo che è a disposizione l'Ufficio Brevetti e Marchi della Cciaa di Udine - Via Morpurgo 4; tel. 0432 273 271 / 255, brevetti@ud.camcom.it - www.ud.camcom.it.

IL BILANCIO

84 colloqui all'ufficio brevetti

Dal 1 gennaio 2014 al 31 dicembre 2014 sono state organizzate dall'ufficio Brevetti della Camera di Commercio di Udine 26 giornate di consulenza con la realizzazione di complessivi 84 colloqui individuali. Relativamente agli accessi, le imprese a confronto con i privati sono 42 su 84. Si rileva, inoltre, che il servizio è stato portato a conoscenza, in maggior misura, dallo sportello Brevetti, piuttosto che da autonoma visualizzazione del sito camerale e pubblicità, 46 su 23. Tra le tipologie, aventi per oggetto la richiesta di consulenza, prevalgono le informazioni sui marchi nazionali e i relativi argomenti connessi (44 marchi nelle varie tipologie, marchi nazionale, comunitario ed internazionale). Molto rilevanti le richieste di consulenza su invenzione industriale e modelli di utilità (30) e disegno e modello (7). Il gradimento del servizio da parte dell'utenza è stato molto alto: 26 giudizi complessivi con punteggio massimo (10). Nel dettaglio la media si aggira su un voto espresso di 9,2.



Camera di Commercio Udine

MARCHI BREVETTI DISEGNI COME DIFENDERLI

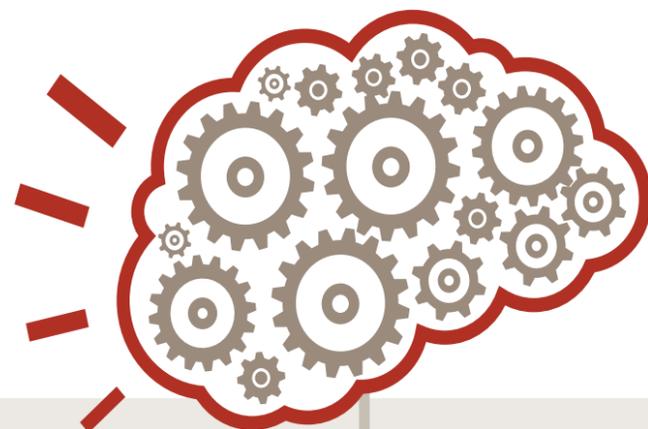
Nuovo Punto Orientamento Proprietà Intellettuale, un esperto risponde

Servizio di consulenza sui principali aspetti legati al deposito e alla tutela di un titolo di proprietà industriale allo scopo di valorizzare e tutelare la propria idea imprenditoriale e capire prospettive e benefici:

- modalità e costi del deposito di un marchio brevetto disegno in Italia o all'estero;
- indicazioni sulle ricerche nelle banche dati nazionali e internazionali;
- ricerche esplorative volte a supportare la verifica della novità e brevettabilità dell'idea;
- assistenza informativa specialistica per la tutela della proprietà industriale sui mercati e sugli strumenti di protezione più adeguati all'idea proposta.

Presso l'Ufficio Brevetti e Marchi della Camera di Commercio di Udine è attivo il servizio di orientamento in materia di proprietà industriale, rivolto all'imprenditore che vuole valorizzare e tutelare la propria idea imprenditoriale ma anche all'inventore e a coloro che vogliono conoscere gli strumenti a disposizione per sfruttare al meglio le proprie idee innovative.

Ufficio Brevetti e Marchi
Cciaa di Udine - Via Morpurgo 4
tel. 0432 273 271 / 255
brevetti@ud.camcom.it - www.ud.camcom.it



Il servizio si avvale della collaborazione di consulenti in proprietà industriale iscritti al relativo ordine ed aderenti all'iniziativa. **La consulenza è gratuita.**

I titoli di PI: strumenti di innovazione

I titoli di Proprietà Industriale costituiscono per le imprese un importante strumento da tutelare e valorizzare: marchi, brevetti per invenzione industriale, modelli di utilità, disegni e modelli sono un importante strumento per le imprese per poter sviluppare una strategia di crescita e ottimizzare i propri investimenti in ricerca e innovazione.

Difendi la tua idea! - Contatta la Camera di Commercio e prenota il tuo appuntamento con il consulente in proprietà industriale.

L'intensità dell'incentivo concedibile è pari al 50 per cento della spesa ammissibile

CAMERA DI COMMERCIO



LA NOVITÀ

Reti, ecco il bando

Dal 30 marzo al 29 aprile sarà possibile presentare i progetti di aggregazione per accedere ai contributi

A partire dalle 9.15 del 30 marzo prossimo – e fino alle 16.30 del 29 aprile –, sarà aperto il bando di contributi per progetti di aggregazione tra Pmi. Il bando è della Regione Fvg ed è gestito dall'Unioncamere regionale tramite le quattro Camere di Commercio. Sono ammissibili i progetti di aggregazione in rete che abbiano come obiettivo lo sviluppo di una rete d'impresa già costituita oppure la stipulazione di un contratto di rete entro sei mesi dalla data di concessione dell'incentivo. Beneficiarie sono le singole imprese che partecipano alla rete, che devono avere sede legale o unità operativa, dove è realizzato il progetto di rete, nel territorio regionale. Il progetto di rete deve contemplare la partecipazione di almeno una microimpresa o di una piccola impresa.

L'intensità dell'incentivo concedibile è pari al 50 per cento della spesa ammissibile, salvo che l'impresa abbia richiesto un'intensità minore. L'importo massimo dell'incentivo concedibile è di 150 mila euro, mentre l'importo minimo della spesa ammissibile è di 20 mila euro.

La domanda di contributo è presentata esclusivamente mediante Pec dall'impresa capofila per l'ammissione alla graduatoria della provincia nella quale è stabilita la sede legale o l'unità operativa sempre dell'impresa capofila. Tutte le indicazioni, gli approfondimenti, la modulistica, sono online su www.fvg.camcom.it e sui siti delle singole Camere di Commercio.

In base alla legge regionale 4 del 2013, il progetto di aggregazione si articola in tre fasi. Una propedeutica, relativa

a orientamento, formazione e creazione della rete, nella quale possono essere contemplate spese per consulenza e formazione; una seconda fase di predisposizione del progetto, dove le spese possono comprendere consulenze e l'onorario notarile; infine una terza fase di realizzazione del progetto, dove le spese sono ancora una volta per consulenza, ma anche per servizi, beni materiali e immateriali, o ancora il compenso per il manager di rete o costi per l'accesso al microcredito da parte di microimprese. In ogni caso, il progetto di ag-

gregazione in rete deve prevedere almeno una delle azioni indicate: lo sviluppo di innovazione di processo tecnologico, organizzativo, gestionale, nelle tecniche di promozione del territorio, nelle relazioni tra operatori e nei rapporti con i clienti, anche per il rafforzamento e consolidamento delle reti distributive e della presenza sui mercati; processi di internazionalizzazione; sviluppo e miglioramento di funzioni condivise dall'aggregazione, tra le quali progettazione, logistica, servizi connessi, comunicazione, informatizza-

zione, finalizzate all'aumento dell'efficienza e dell'imprenditorialità; realizzazione di attività comuni per l'innovazione di prodotto; definizione di regole di commercializzazione supportate da linee comuni di marketing; organizzazione e partecipazione a tavoli tecnici per la standardizzazione dei processi aziendali e per la condivisione di procedure sulla qualità dei processi, nonché la condivisione di procedure volte a garantire il rispetto di normative in materia ambientale; creazione e promozione di marchi di rete.

Reti d'impresa

Il nuovo Bando della Regione Fvg per le microimprese e Pmi che sviluppino progetti di aggregazione, gestito dall'Unioncamere regionale

- 📌 Domande dalle 9.15 di lunedì 30 marzo 2015
- 📌 Inviare esclusivamente via Pec agli indirizzi di posta elettronica certificata delle Cciao competenti territorialmente

- 📍 CCIAA DI UDINE: cciaa@ud.legalmail.camcom.it
- 📍 CCIAA DI GORIZIA: fondogorizia@go.legalmail.camcom.it
- 📍 CCIAA DI PORDENONE: cciaa@pn.legalmail.camcom.it
- 📍 CCIAA DI TRIESTE: cciaa@ts.legalmail.camcom.it

Reti d'impresa in Italia e in Fvg (2014): a che punto siamo

Lombardia: 2.136 imprese coinvolte in progetti di rete

Emilia Romagna: 1.169

Toscana: 1.039

Ma il FVG è terzo in Italia con il più alto rapporto tra imprese impegnate in progetti di rete sul totale: 2.95 ogni 1.000

Abruzzo

FVG

Basilicata

Info e documenti: www.fvg.camcom.it, sezione Contributi

CALIFORNIA

A Maggio nella Silicon Valley

California, here we come! Si prepara la missione camerale regionale tagliata su misura per le imprese innovative dell'Ict, dal 25 al 30 maggio tra San Francisco e la Silicon Valley, organizzata in collaborazione con il Distretto delle tecnologie digitali (progetto Unioncamere Fvg cofinanziato dalla Regione "Fvg Vs Global Competition"). Con quasi 2 mila 500 imprese attive nel settore, "schedate" nel 2014 dal Centro Studi della Cciao, il Fvg dimostra buona vocazione all'innovazione: nel solo DiTe-Di le realtà imprenditoriali del comparto sono la metà di tutta la provincia – che ne conta 1.188 – e rappresentano il 22% del totale regionale, dando impiego a circa 1.700 addetti. La missione di maggio, una missione-studio esplorativa, mira a realizzare occasioni specializzate di business per il settore Ict, sulla scia del successo della prima missione dedicata al comparto, in Florida, nel 2014. Questa volta si va proprio nella patria delle tecnologie. Dai dati dell'associazione Tech America Foundation, risulta che la California detiene il primato come numero di addetti e con circa 41.900 aziende It. Info e adesioni: www.ud.camcom.it, progetti.info@ud.camcom.it, 0432.273535.



UDINE IMPORT EXPORT DIRECTORY

Adesioni entro il 30 giugno

"Udine Import Export Directory" è un elenco di aziende della provincia operanti con l'estero, in formato elettronico, in italiano e inglese. Consente una consultazione delle imprese che operano da e per l'estero ordinate secondo il settore economico di attività. Il 30 giugno è il termine per la presentazione di adesioni e aggiornamenti per la nuova edizione del catalogo, che attualmente contiene i profili più di 400 aziende. La registrazione gratuita avviene con la compilazione online della scheda. Per info: www.ud.camcom.it, nonché il Centro Studi (Ufficio Statistica e Prezzi), 0432.273219 e statistica@ud.camcom.it.



internazionalizzazione

Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER

I N F O R M A

Missioni Imprenditoriali

Visita studio alla Fiera Wire Russia	Mosca (RUSSIA)	Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità	13 - 15 maggio
Partecipazione ai World Wine Meetings Asia - 5ª edizione	Singapore (SINGAPORE)	Food & wine (viticinolo)	26 - 29 maggio
Australia	Melbourne, Sydney (AUSTRALIA)	Multisetoriale	30 maggio - 7 giugno
Africa Subsahariana	Johannesburg (SUDAFRICA), Lagos (NIGERIA), Nairobi (KENYA)	Multisetoriale	6 - 10 luglio
Sudamerica	(CILE, PERÙ, COLOMBIA, BRASILE)	Multisetoriale	settembre
Visita studio alla fiera Anuga	Köln (GERMANIA)	Food & wine	10 - 11 ottobre
Far East	Tokyo (GIAPPONE), Hanoi (VIETNAM), Jakarta (INDONESIA), Bangkok (THAILANDIA)	Multisetoriale	ottobre
Visita studio alla Fiera Metal-Expo	Mosca (RUSSIA)	Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità	11 - 12 novembre
Paesi del Golfo	Kuwait City (KUWAIT), Manama (BAHREIN), Dubai (EMIRATI ARABI UNITI) in alternativa Riad (ARABIA SAUDITA)	Multisetoriale	22 - 26 novembre
Area Caspica	Baku (AZERBAIGIAN), Tbilisi (TURKMENISTAN), Ashgabat (GEORGIA), Almaty (KAZAKHSTAN)	Multisetoriale	30 novembre - 4 dicembre

Seminari e check up

Business Forum Africa Subsahariana	Sudafrica, Senegal, Nigeria, Kenya	CCIAA Udine	9 aprile
------------------------------------	------------------------------------	-------------	----------

Incoming

Filiera abitare: Azerbaijan e Kazakistan	Azerbaijan, Kazakistan	CCIAA Udine	28 - 29 aprile
--	------------------------	-------------	----------------

DESK - Servizio di assistenza specialistica e checkup: sono attivi i desk per i Paesi Canada, Azerbaijan, Kazakistan e Sudafrica. Le richieste dovranno pervenire entro il 13/11/2015

Per il calendario aggiornato e completo delle attività e per le modalità di iscrizione, visitare il sito www.ud.camcom.it alla rinnovata sezione "Internazionalizzazione".

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

Le attività sono anche inserite nel progetto FVG VS. Global Competition, cofinanziato dalla Regione FVG. L'Azienda Speciale I.Ter fa parte della Rete Enterprise Europe Network, cofinanziato dall'Unione Europea.

Dal 31 marzo l'obbligo per le imprese che forniscono beni e servizi alla pubblica amministrazione si estende a tutte le Pa

DA RICORDARE



LA NOVITÀ



Scannerizzate il QR Code per ulteriori contenuti

Fattura elettronica al via

Attivo il servizio delle Cciao che permette di compilare gratuitamente fino a 24 fatture all'anno



Dal 31 marzo l'obbligo di fatturazione elettronica per le imprese che forniscono beni e servizi alla pubblica amministrazione si estende a tutte le Pa. E nelle Cciao d'Italia, aziende e operatori economici sono stati invitati a eventi informativi e formativi sulla novità, che deriva da un obbligo di legge destinato a cambiare radicalmente - e in meglio - i rapporti tra Pa e suoi fornitori. Questo perché oltre a un risparmio di spesa pubblica e di adempimenti a carico del sistema produttivo, la fattura elettronica, tra i benefici principali ha la certificazione digitale del credito dell'impresa verso la Pa, che quest'ultima deve pagare entro 30 giorni.

Anche la Cciao di Udine si è impegnata per preparare al meglio gli imprenditori friulani all'appuntamento con la fattura elettronica, in particolare con il Digital Day, il 9 marzo, cui è seguito un approfondimento tecnico ulteriore proprio ieri. Al Digital Day, preceduto da un seminario in Confcommercio alla presenza dell'onorevole Paolo Coppola, c'erano il Digital Champion Fvg Simone Pukšic assieme a Massimo Savioli di Infocamere, in una Sala Valduga affollatissima. Pukšic e Savioli

hanno spiegato nel dettaglio il servizio completamente gratuito che il sistema camerale, grazie

Tra i benefici principali la certificazione digitale del credito dell'impresa verso la Pa, che quest'ultima deve pagare entro 30 giorni

alla collaborazione con l'Agenzia per l'Italia digitale della Presidenza del Consiglio dei Mini-

stri, Unioncamere e Infocamere, offre alle imprese, per venire incontro soprattutto alle Pmi che non hanno carichi di fatturazione "pesanti" verso le Pa. Attivo da ottobre, il servizio camerale permette ad aziende e professionisti, senza scaricare alcun software ma solo collegandosi al sito <https://fattura-pa.infocamere.it> e utilizzando Cns e firma digitale di cui già dispongono, di compilare, inviare e registrare, senza alcun costo, fino a un massimo di 24 fatture elettroniche all'anno. Il servizio è già attivo, perché per alcune amministrazioni pubbliche statali l'obbligo di fatturazione elettronica è già in vigore dal 6 giugno 2014. Il

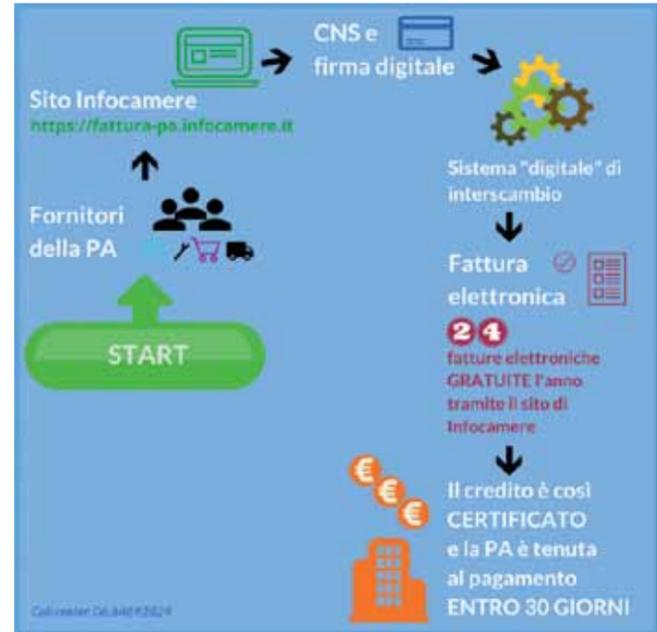
servizio camerale gratuito è stato attivato lo scorso ottobre e finora in Italia già 9 mila imprese vi hanno aderito, in circa 4 mesi.

In Friuli Venezia Giulia sono state oltre 300 le imprese aderenti e fino a oggi hanno emesso con questo sistema quasi 530 fatture. Di queste, 100 imprese sono della provincia di Udine, per circa 210 fatture elettroniche emesse tramite il servizio Cciao.

Sul sito camerale, come su quello di Infocamere dedicato alla fatturazione elettronica, sono sempre a disposizione tutorial, video e schede di sintesi sulle procedure e un call center è attivo per ogni problema o chiarimento sulla procedura di utilizzo del servizio: 06.64892829.

La fattura elettronica, come hanno evidenziato i relatori a Udine, introdotti dal segretario generale della Cciao Maria Lucia Pilutti, è uno step importantissimo per consentire al sistema Paese di crescere in consapevolezza e controllo della spesa pubblica e alle piccole e medie imprese di scoprire l'efficienza del digitale, la semplicità della procedura e di risparmiare una cifra media annua che l'Agenzia per l'Italia Digitale stima in circa 500 euro.

Al servizio gratuito camerale



si accede previo riconoscimento del titolare dell'impresa tramite la Carta Nazionale dei Servizi (Cns), strumento introdotto dal Codice dell'Amministrazione Digitale per l'accesso telematico ai servizi della Pa, consentendo la compilazione del documento contabile, l'individuazione del-

la Pa destinataria, la firma digitale, l'invio e relativa conservazione a norma.

Gli imprenditori che fossero ancora sprovvisti di Cns e firma digitale potranno ottenerli prenotandosi alla Camera di commercio, nel Salone del registro imprese.

Calendario CCIAA

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER Ramo Formazione Programmi e adesioni: www.ricercaeformazione.it	Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER Ramo Promozione progetti.info@ud.camcom.it	Contributi Informazioni: Punto Nuova Impresa nuovaimpresa@ud.camcom.it
Statistica e Prezzi Informazioni: Centro Studi - Ufficio Statistica e Prezzi statistica@ud.camcom.it	Novità dalla CCIAA	Friuli Future Forum www.friulifutureforum.com info@friulifutureforum.com

MARZO

27	INCOMING RAPPRESENTANTE BRITISH COLUMBIA LIQUOR BOARD COMMISSION Friuli Future Forum dalle 16.30 alle 18.00
27	B2B EVENT BUD-GRYF & ENERGY FAIR Szczecin (Polonia)
31	MAROCCO Missione imprenditoriale Casablanca, Marrakech (MAROCCO) fino al 3 aprile
31	FATTURAZIONE ELETTRONICA La CCIAA accetta esclusivamente fatture elettroniche

14	STIMA DEI FABBRICATI SPECIALI E DELLE AREE EDIFICABILI dalle 14.30 alle 18.30 - 14 e 16 aprile (8 ore)
15	PARTECIPAZIONE ALLA FIERA "WINE+GOURMET JAPAN" Tokyo (GIAPPONE) fino al 17 aprile
16	UNO SU TWITTER CE LA FA Seminario IMPRENDERÒ 4.0 Friuli Future Forum dalle 9.00 alle 18.00
20	COMUNICARE CON IL PROPRIO PERSONALE IN TEMPO DI CRISI dalle 17.30 alle 20.30 - 20 e 29 aprile (6 ore)
28	INCOMING FILIERA ABITARE: AZERBAIJAN E KAZAKHSTAN CCIAA Udine - 28 e 29 aprile
28	LABORATORI "PRATICHE REGISTRO IMPRESE" Compilazione pratiche telematiche CCIAA Udine - dalle 14.30 alle 17.00
30	MUD 2015 Termine ultimo per la presentazione delle Comunicazioni

CONTRIBUTI

PROGETTI DI AGGREGAZIONE IN RETE dal 30 marzo 2015 (ore 9.15) al 29 aprile 2015 (ore 16.30)
AUTOVEICOLI ECOLOGICI scadenza 31 luglio 2015
BICICLETTE ELETTRICHE A PEDALATA ASSISTITA scadenza 30 aprile 2015
VOUCHER INTERNAZIONALIZZAZIONE scadenza 16 novembre 2015

APRILE

9	SEMINARIO BUSINESS FORUM AFRICA SUBSAHARIANA CCIAA Udine - dalle 9.30 alle 12.30
13	PARTECIPAZIONE ALLA FIERA "INDUSTRIAL SUPPLY" Hannover (GERMANIA) fino al 17 aprile
13	COME IL CLIENTE CREA COMPLESSITÀ? Activity Based Costing e Activity Based Management dalle 18.00 alle 21.30 - 13 e 15 aprile (7 ore)
14	Diffusione variazioni INDICI FOI senza tabacchi (dopo le ore 13.00) tel. 0432 273 265

MAGGIO

18	DAL CONTROLLO DI GESTIONE AL CONTROLLO STRATEGICO dalle 18.00 alle 21.30 - 18 e 20 maggio (7 ore)
26	LABORATORI "PRATICHE REGISTRO IMPRESE" Compilazione pratiche telematiche CCIAA Udine - dalle 14.30 alle 17.00

INDAGINI

GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA febbraio - maggio 2015
INDAGINE CONGIUNTURALE UNIONCAMERE FVG 31 marzo - 30 aprile 2015
Qualsiasi tipo di indagine, ricerca o sondaggio proveniente dall'ente camerale è sempre verificabile presso l'Ufficio Relazioni col Pubblico

Per informazioni costantemente aggiornate
www.ud.camcom.it