



Camera di Commercio
Udine



Scannerizzate il QR Code
per ulteriori contenuti

GIOVANI



Progetti e idee

pag. ► VIII - IX

CANADA



Mille richieste all'anno al consolato

pag. ► XII

LA MISSIONE



Potenziale Africa

pag. ► XIV

Muoversi nel futuro



CCIAA UD/UNIUD/COMUNE DI UDINE

UDINE 2024

UNICO GESTORE
UNICO ESERCIZIO



gomma

+



people mover

+



ferro

+



il progetto della mobilità e i commenti alle pagg. II e III

@ Imprese dite la vostra!

Suggerimenti, informazioni, notizie, critiche e proposte sul mondo dell'economia
SCRIVETEICI!
udine.economia@ud.camcom.it
E ci trovate anche sul web,
sul blog www.udineconomia.wordpress.com
e su twitter @udineconomia

Mariagrazia Santoro*

La capacità di evolvere verso modelli più "sostenibili"

Come viaggeranno i cittadini del Friuli nei prossimi decenni? È possibile spingere la visione della mobilità del futuro oltre gli stretti confini del presente, condizionato da una crisi della finanza pubblica che impedisce spesso agli amministratori di sognare progettualità nuove in cui proiettare i cittadini verso un continuo progresso?

Se queste domande continuano a porsi nella mia agenda quotidiana, è perché il tema della mobilità è uno degli aspetti su cui si misura maggiormente la capacità di una società di ripensare i propri servizi ed evolvere le abitudini delle persone verso modelli di vita più "sostenibili". Non è un caso se di questi argomenti si è occupato uno dei tavoli di coordinamento tematici che hanno lavorato nel 2014 preparando "Agenda del Futuro - Udine 2024" e presentato nell'ambito di Conoscenza in Festa, in un percorso che ha

messo insieme la Cciao, il Comune di Udine e l'Università ed è coordinato dall'Ocse.

Ringrazio chi, come gli enti citati, sa cogliere nella mobilità una delle sfide più impegnative ed avvincenti dei prossimi anni per ripensare Udine e tutto il suo hinterland.

La politica non deve rinunciare a pensare al futuro, costretta a rispondere solo a logiche amministrative contabili o burocratiche. È un errore che ci porterebbe in poco tempo alla paralisi e che l'attuale governo regionale ha contrastato imboccando la strada, certamente più

difficile, delle scelte e delle riforme. In tema di mobilità la visione suggerita dal progetto Udine 2024 trova riscontro in un approccio territoriale completamente rinnovato rispetto alla passata modalità di erogazione del servizio di Trasporto Pubblico Locale. È uno dei temi più forti degli ultimi anni, che ci ha spinto a guardare al bacino di servizio del Tpl in un'ottica non localistica, fino a considerare l'intero bacino regionale quale ambito di riferimento per il contratto di servizio. Una scelta dovuta, non solo per l'imminente superamento delle Provin-

ce e l'introduzione di un nuovo modello territoriale di entità amministrativa (le UTI), ma per l'esigenza stessa dei cittadini di vivere il territorio in maniera integrata negli spostamenti quotidiani come in quelli occasionali.

Da qui la spinta al mantenimento dei livelli di investimento nel Tpl (186 milioni di euro stanziati dalla regione ogni anno, l'unica regione italiana a non aver effettuato tagli), alla ricerca di una maggiore intermodalità, anche in chiave turistica (con il potenziamento dello scambio treno - bici) e sostenibile (con l'avvio del progetto pilo-

ta per i percorsi casa - lavoro in bicicletta, che sta coinvolgendo oltre 100 aziende in tre comuni friulani).

La possibilità di ridisegnare scenari, ottimizzare le risorse e trovare da ciò nuove leve di sviluppo è un percorso possibile, ne abbiamo le competenze e le capacità, come dimostrano le riflessioni nate dal tavolo di lavoro promosso dalla Camera di Commercio. È necessario non perdere il dialogo con le comunità e partire dalle esigenze attuali per dirigere nuove ambizioni. Penso al progetto di recupero della vecchia ferrovia

Sacile - Gemona: la riattivazione di una direttrice fondamentale per l'economia dei territori, potrebbe favorire il sostegno ad una rinnovata domanda turistica e al contempo promuovere la tutela dell'identità locale e del paesaggio.

"Mobilità per la Udine del Futuro" ha proprio questo pregio: muovere da esigenze locali e ricollocarle in uno scenario più ampio nei luoghi e nei tempi, capace di stimolare progetti visionari e fattibili al contempo.

**assessore regionale alle Infrastrutture e Territorio*

VERSO UN POLO DI 400 MILA ABITANTI



Un nuovo modello di mobilità "post-urbana", per Udine e il Friuli. L'invito a non riferirsi solo al perimetro storico del capoluogo, ma allargare lo sguardo al territorio che lo circonda. Ripensare la mobilità significa oggi disegnare un'area di almeno 80 chilometri per 80, con circa 400 mila abitanti, di "peso" e competitività europei, in grado di appoggiarsi su poli come San Daniele, Gemona, Manzano, Cervignano e Cividale, oltre che sul capoluogo. Poli che portano in dote, ciascuno, competenze e specializzazioni economiche e culturali precise. [...] a pag. II

I VANTAGGI DEL MODELLO A RETE



Connessione e policentrismo sono le parole chiave per la mobilità del futuro: non hanno dubbi i maggiori operatori regionali del trasporto. "L'interconnessione sarà fondamentale" - spiega Maurizio Castagna, presidente e amministratore delegato di Autovie Venete. "Il modello a rete propone una mobilità concreta e praticabile oltre che rispettosa dell'ambiente: da ciò parte l'idea di autostrada del futuro, un'infrastruttura sempre più "ecosostenibile". Autovie opera seguendo questa filosofia con progetti di fitodepurazione, barriere fonoassorbenti, impianti fotovoltaici, impianti per il trattamento delle acque. La rete autostradale sarà sempre più interattiva: [...] a pag. III

Una grande area di 400 mila abitanti e un complesso di metropolitane leggere

FOCUS MOBILITÀ



LA PROPOSTA



Scannerizzate il QR CODE per ulteriori contenuti

Udine "viaggia" nel futuro

Presentato a "Conoscenza in festa" un nuovo modello di mobilità post-urbana

Un nuovo modello di mobilità "post-urbana", per Udine e il Friuli. L'invito a non riferirsi solo al perimetro storico del capoluogo, ma allargare lo sguardo al territorio che lo circonda. Ripensare la mobilità significa oggi disegnare un'area di almeno 80 chilometri per 80, con circa 400 mila abitanti, di "peso" e competitività europee, in grado di appoggiarsi su poli come San Daniele, Gemona, Manzano, Cervignano e Cividale, oltre che sul capoluogo. Poli che portano in dote, ciascuno, competenze e specializzazioni economiche e culturali precise. Un sistema policentrico, dunque,

L'Ocse: "Udine deve riconoscere il ruolo di un hinterland più ampio e con esso essere in grado di fare rete"

che riveda l'attuale rapporto "a stella" (centro-periferie) e lo converta in una rete "a maglia", infra-periferie e tra periferie e il centro, per collegare meglio i diversi punti d'interesse, sia per i visitatori sia per i residenti e chi si sposta per studio e lavoro. E che utilizzi, anche recuperando vecchi tracciati come per esempio l'Udine-San Daniele in prosecuzione del Cividale-Udine, un complesso di metropolitane leggere o people mover, connessi alle stazioni ferro-gomma, alle grandi aree di parcheggio degli snodi commerciali, alle piste ciclabili, alle grandi aree verdi.



L'incontro organizzato dal tavolo tematico di "Agenda del futuro - Udine 2024"

La proposta per la "mobilità del futuro" emerge da uno dei tavoli tematici di "Agenda del futuro - Udine 2024" (Cciaa, Comune, Università e coordinamento Ocse) ed è stata presentata nell'ambito di "Conoscenza in festa" dell'Ateneo, nella Sala Convegni della Fondazione Crup. L'ipotesi progettuale, illustrata dall'architetto Alessandro Verona, coordinatore del Tavolo tematico sulla mobilità, considera l'affermazione di nuovi poli attrattori, con le connessioni tra aree industriali, ma anche con la nuova viabilità, e con le aree di parcheggio esistenti, reti ferroviarie e ciclabili. Segue le raccomandazioni che gli esperti dell'Ocse, a conclusione di un lavoro promosso dalla Cciaa di Udine attraverso il suo Friuli Future Forum, avevano indirizzato alla città: Udine, scrivevano, deve rico-

noscere il ruolo di un hinterland più ampio e con esso essere in grado di fare rete. Con Verona, all'incontro sono intervenuti il presidente della Cciaa e Friuli Future Forum Giovanni Da Pozzo, il sindaco di Udine Furio Honsell, il

L'area coinvolta si estende per circa 80 chilometri da San Daniele a Cividale

rettore Alberto Felice De Toni, ospiti del presidente della Fondazione Crup Lionello D'Agostini. Presenti all'incontro tanti cittadini e rappresentanti di istituzioni, categorie economiche e amministratori locali.

La realizzazione dell'idea

prende spunto anche dalle riorganizzazioni in atto, come il percorso di riunificazione dei consorzi industriali, che metterà a sistema l'attuale assetto, anche della mobilità. O come «il raddoppio della circoscrizione di Rfi (stanziamento di 80 milioni di euro) e la prossima realizzazione del nuovo scalo merci alla Ziu - precisa Verona -, che elimineranno l'attraversamento delle merci su ferro dal contesto urbano. Questo permetterà interventi di compensazione sulla città come "welfare urbano", con il recupero dei dismessi scali ferroviari e dell'attraversamento ferroviario di viale Trieste con corridoi "verdi" di connessione. Un prossimo, organizzato Parco del Torre, per esempio, in grado di diventare nuovo polmone verde a Est, come lo è il Parco del Cormôr a Ovest».

IL PROGETTO IN SINTESI

Dal recupero degli scali a nuove aree verdi

"Udine 2024" nasce dalla collaborazione della Camera di Commercio (con il suo percorso d'innovazione Friuli Future Forum), del Comune e dell'Università di Udine che mettendo in atto il percorso di sviluppo suggerito dall'Ocse hanno dato il via ad un tavolo di coordinamento tra categorie economiche, decisori pubblici ed esperti per il futuro di Udine e del suo territorio. Il tavolo tematico sulla mobilità è formato da Barbara Gentilini (architetto Comune di Udine/Mobilità), Maurizio Ionico (architetto A.U. Ferrovie Udine Cividale), Antonio Massarutto (economista, UniUd), Renato Quaglia (PM FFF Udine 2024), Alessandro Verona (architetto Coordinatore del tavolo), Paolo Zaramella (ingegnere Arriva/Saf)

SCENARIO

1. Organizzazione della mobilità e integrazione delle aree esterne e interne della città considerando un'area di 80x80 km quadrati e 400 mila abitanti, realtà policentrica con Udine ma anche San Daniele, Gemona, Cervignano e Cividale, ciascuno portatore di competenze e specificità economiche e culturali
2. Sistema policentrico a maglia territoriale, che superi il principio a stella centro/periferia per valorizzare le connessioni periferia/periferia. Un sistema che riconosce le competenze specifiche di ciascun polo e le valorizza con mobilità adeguata
3. Udine e le Nuove Polarizzazioni a) Ospedale/Centro Studi - UniUd/ Stadio/Fiera: nuovo mix salute-formazione-tempo libero-promozione-

internazionalizzazione b) Tresemane 2.0: nuova forma urbana (strip commercio-logistic city) Centro Storico: magnete del sistema in una nuova dimensione di offerta commerciale-artigianale-turistica-residenziale servizi c) Udine SUD: Ziu/Zau: nuovo scalo

PROPOSTE

> RFI con il raddoppio della circoscrizione e la prossima realizzazione del nuovo scalo merci Ziu elimineranno l'attraversamento merci su ferro dal contesto urbano. Interventi di compensazione sulla città come welfare urbano potrebbero comprendere recupero degli scali ferroviari e attraversamento ferroviario di viale Trieste dismessi con corridoi verdi di connessione. Conseguente creazione di un nuovo e organizzato Parco del Torre, che crei a est un'area verde analoga al Cormôr a Ovest.

> Nuovo sistema urbano di superficie: Est/Ovest - estensione della Cividale-Udine fino a Fiera e a San Daniele (dove esisteva il "vecchio" tram si reintroduce con "people mover" metropolitana leggera). Nord/Sud - integrato con il TPL e mettendo a fattore comune il capitale spaziale dei parcheggi delle aree commerciali, da Cervignano-Palmanova-Udine si procede dalla Stazione Ferroviaria - via Aquileia e Mercatovecchio - piazzale Osoppo - Terminal Nord - Tricesimo - Gemona

> Nuova Governance Stato/Regione/Comuni/CCIAA/UNIUD/Fondazione CRUP e/o altri

I PROMOTORI

Alessandro Verona, Furio Honsell e Alberto De Toni

"Così il capoluogo sarà capace di attrarre turisti e investimenti"

Un cambio di prospettiva. Ecco ciò che serve per "accompagnare" Udine nel futuro, per trasformare una "città" in un "capoluogo" capace di attrarre persone e investimenti. L'orizzonte, da qui al 2024, va spostato ripensando la mobilità su una superficie più estesa, coinvolgendo agglomerati urbani considerati ancora come a sé stanti (San Daniele, Cividale, Codroipo, Cervignano, Gemona), pezzi di un unico puzzle che, come tali, vanno integrati nella maniera più efficiente possibile.

Un ragionamento che sta alla base della proposta svelata durante l'edizione 2016 di "Conoscenza in Festa", frutto del Tavolo di lavoro interistituzionale avviato nell'ambito di "Agenda del futuro - Udine 2014" da Camera di Commercio di Udine e Ocse insieme a una serie di partner territoriali tra cui l'Università e il Comune di Udine.

Tra i promotori di questo ripensamento dei collegamenti cittadini del futuro, c'è l'architetto Alessandro Verona. «Abbiamo ragionato su una superficie vasta 80 km per 80 km, capace di inglobare 400 mila persone, con al centro la città di

Udine. Una portata territoriale in grado di intercettare, o di provare a intercettare, i flussi europei di merci e persone che ogni giorno attraversano la nostra regione, offrendo servizi e creando, in que-

Servizi in grado di intercettare i flussi europei di merci e persone

sto modo, valore aggiunto». Sulle dorsali viarie che corrono lungo il Friuli (A23 e Ss13), si riversano quotidianamente migliaia di automobilisti, e solo una minima parte di essi si ferma nei centri che attraversa: Gemona, San Daniele, Palmanova, Cervignano. Nel nostro scenario di futuro, ogni città rappresenta una parte del sistema, che pone al centro Udine, dando però valore a ognuna delle località citate per le specifiche caratteristiche ed esperienze che possiede».

«In questo contesto - ha chiarito Verona - abbiamo cercato di imma-



ginare una mobilità in grado di attrarre persone lavorando più sulla qualità del servizio che sull'infrastruttura in sé. Una rete "a maglia" pensata per collegare meglio i diversi punti d'interesse, sia per i visitatori sia per i residenti o per chi si sposta per studio e per lavoro. Ovviamente tenendo presente - ha aggiunto Verona - le nuove direttrici (economiche e sociali) sviluppatesi negli ultimi anni».

Il riferimento dell'architetto è all'area di polarizzazione della Ziu-Zau, alla Tresemane, al "triangolo" rappresentato dal polo universitario dei

Rizzi, dallo stadio Friuli e dalla Fiera. «La nuova mobilità potrà servirsi di collegamenti già esistenti, come la ferrovia Udine-Cividale, vera e propria metropolitana leggera, oppure ripristinare vecchi tratti come la Udine-San Daniele, coinvolgendo anche le zone di stadio e Fiera - ha rimarcato Verona -. Un complesso di metropolitane leggere connesso alle stazioni ferro-gomma, alle grandi aree di parcheggio degli snodi commerciali, alle piste ciclabili, alle grandi aree verdi».

Un'idea di mobilità che piace al sindaco di Udine, Furio Honsell, che

ha così commentato l'iniziativa. «È quantomai importante progettare il futuro soprattutto nel settore della mobilità. Bisogna, infatti, cogliere in anticipo i trend e progettare attività di trend spotting. Udine, certamente, è stata sempre molto attenta a impegnarsi nei temi della sostenibilità ambientale, del mutamento demografico e climatico, e questa iniziativa si inserisce nel quadro delle politiche di innovazione adottate».

Anche il rettore dell'Università di Udine, Alberto De Toni, vede con favore l'impostazione data a questa mobilità "allargata". «La proposta è valida non solo sul piano logistico ma anche economico. E il fatto che ci sia un coinvolgimento diretto dell'Università non può che far piacere. Anche perché migliorando i collegamenti tra centro storico e area dei Rizzi (ma non solo), si potrà dare forza al nostro progetto di trasformare l'unico edificio del centro progettato da Andrea Palladio, proprietà della Banca d'Italia, in una scuola di Economia e Finanza. Per questo - ha chiuso De Toni - mi auguro che lo scenario pensato da Udine 2024 diventi realtà».

Alessandro Cesare

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:
CREATIVA INTERACTIVE
COMMUNICATION - Tarcento

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

Fotoservizi:
Foto Diego Petrusi - Udine

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

Il parere dei maggiori operatori del trasporto sulla proposta avanzata dal tavolo "Udine 2024". Il futuro è anche la creazione di servizi congiunti rotaia-gomma a biglietto unico

FOCUS MOBILITÀ



I COMMENTI



Tutti i numeri del trasporto su gomma e rotaia



SAF Veicoli urbani: 79; Veicoli extraurbani: 318; Servizi urbani (Udine e Lignano Sabbiadoro): oltre 3.200.000 km offerti al pubblico; oltre 11.400.000 passeggeri trasportati. Servizi extraurbani: oltre 12.100.000 km offerti al pubblico; oltre 12.600.000 passeggeri trasportati



INTERPORTO CERVIGNANO 170.000 metri quadri piazzale intermodale; 24.000 metri quadri magazzino; 15.000 metri quadri tettoia su piazzale; 3 fasce di binari da 750 metri l'una; 10 dipendenti



AUTOVIE VENETE Rete gestita: 234 km circa (+24 km circa di bretelle); caselli: 15; piste: 140 di cui 94 in entrata e 46 in uscita; traffico 2015: 44 milioni 979 mila 613 veicoli (+ 4,24 % rispetto al 2014); traffico 1° semestre 2016: 18 milioni 490 mila 408; incremento flussi estivi: + 5,37% nei primi 3 weekend di luglio



FERROVIE UDINE CIVIDALE Linea sociale Udine-Cividale: passeggeri trasportati 2015: 448.000 (+1,9% rispetto anno precedente) (8.200 passeggeri in più); servizio Mi.Co.Tra. transfrontaliero Udine - Villacco: incremento passeggeri +10% (7.100 passeggeri in più); incremento trasporto biciclette +55% (4.300 biciclette in più)

Il modello a rete: ecco i vantaggi

Francesca Gatti

Connessione e policentrismo sono le parole chiave per la mobilità del futuro: non hanno dubbi i maggiori operatori regionali del trasporto.

"L'interconnessione sarà fondamentale" - spiega **Maurizio Castagna**, presidente e amministratore delegato di Autovie Venete. "Il modello a rete propone una mobilità concreta e praticabile oltre che rispettosa dell'ambiente: da ciò parte l'idea di autostrada del futuro, un'infrastruttura sempre più "ecosostenibile. Autovie opera seguendo questa filosofia con progetti di fitodepurazione, barriere fonoassorbenti, impianti fotovoltaici, impianti per il trattamento delle acque. La rete autostradale sarà sempre più interattiva: i caselli tradizionali saranno sostituiti da portali in grado di interagire con il "telepass di nuova generazione", una sorta di card intelligente che, oltre a eliminare le code, permetterà di pagare molto altro, dal parcheggio agli accessi in aree riservate. Le aree di servizio, infine, sono destinate a trasformarsi in una "propaggine delle città" accessibili anche dall'esterno per poterne utilizzare i servizi, autosufficienti anche dal punto di vista energetico, grazie alla produzione di energia da fonti rinnovabili."

"Parlando di trasporto pubblico, è necessario distinguere tra accessibilità da e per l'esterno e collegamenti all'interno del terri-

torio da parte delle persone che si spostano per lavoro, studio o tempo libero. Parte da tale premessa il Direttore di esercizio di Saf Autoservizi, **Paolo Zaramella**. "La complessità e la diffusione dei punti di attrazione portano a coniugare le due esigenze verso un'intermodalità spinta grazie a cui l'utente può utilizzare il mezzo più veloce e funzionale a seconda di meta e percorso. In tale scenario Udine resta il fulcro di un modello di trasporto che deve però diventare policentrico, una rete sulla quale ci si possa muovere liberamente da e verso ogni punto".

"Il servizio deve superare un'organizzazione tematica della mobilità (studenti, lavoratori, stagionali, etc.) - continua Zaramella - verso una pianificazione generale che soddisfi tutte le esigenze e crei una maglia di collegamenti strategici con i grandi hub del trasporto regionale ed extra-regionale".

"Flessibilità ed efficienza sono ancora più fondamentali in un periodo storico come questo in cui il servizio pubblico rischia di restare "ingessato" a vantaggio dell'iniziativa privata (penso per esempio a UBER, BlaBla Car) che invece coniuga il massimo della flessibilità con il modello dell'economia condivisa".

Secondo **Maurizio Ionico**, amministratore unico di Ferrovie Udine Cividale, senza mobilità non esiste sviluppo. "La mobilità ha però bisogno di un gover-



Maurizio Ionico



Maurizio Castagna

no, deve essere gestita affinché i sistemi di trasporto di persone e merci si riorganizzino secondo il principio dell'intermodalità, ovvero attraverso l'integrazione dei sistemi e la sinergia reale tra gli enti che li gestiscono. Per il trasporto persone ritengo che il futuro sia la creazione di servizi congiunti rotaia-gomma a biglietto unico, in modo da garantire al viaggiatore la libertà di muoversi in modo efficiente e veloce."

Per il trasporto merci, invece - continua Ionico - è necessario implementare la connessione ferroviaria tra porti, interporti e luoghi della produzione, considerando l'intero territorio del Fvg come un unico porto-regione in grado di intercettare la nuova centralità del mediterraneo: solo così possiamo passare dalla centralità geografica, alla centralità strategica ed economica."

"Il policentrismo è una grande

opportunità di arricchimento per il nostro territorio, ma deve trasformarsi in una nuova cultura della mobilità" - commenta **Fulvio Tomasin**, presidente di Interporto Cervignano del Friuli. "Sono favorevole a tutto ciò che alleggerisce la gomma a vantaggio della rotaia. L'opportunità di trasporto che sfrutta un sistema di metropolitana leggera è il futuro, uno scenario avanzato che si basa su velocità, efficienza, frequenza dei collegamenti e che diventa mezzo per sviluppare una cultura policentrica del territorio che vale sia per il trasporto persone sia per quello merci. È necessario pensare alla fattibilità concreta della proposta puntando alle periferie in un'ottica in cui la centralità di Udine è innegabile ma in cui i nodi più esterni della rete si sentano parte attiva del progetto e non solo considerati come "massa critica."

L'INTERVISTA ALL'ASSESSORE REGIONALE MARIA GRAZIA SANTORO

"Utile ragionare in una prospettiva di area vasta"

Assessore Santoro, la viabilità che guarda non solo a Udine, ma a un territorio più vasto è una prospettiva concreta? L'allargamento dell'ambito territoriale cui afferiscono i servizi di trasporto non è più una prospettiva, ma è già una realtà. Lo dimostra la scelta che abbiamo fatto nel considerare l'intero bacino regionale ambito di riferimento per l'affidamento del nuovo contratto di servizio del Tpl, superando la logica della suddivisione tra quattro province. Città come Trieste, Udine e Pordenone continueranno ad avere specificità proprie all'utenza dei centri urbani, in un sistema però sempre più teso a creare connessioni "a maglia" come le definisce il progetto di Udine 2024. Per fare l'esempio di Udine, nel bando del trasporto pubblico locale è prevista un'offerta migliorativa di 100mila km dei bus urbani e altrettanti per gli extraurbani.

La metropolitana leggera è un mezzo di trasporto che può contribuire a questo disegno?

Aldilà delle definizioni ciò che conta è l'organizzazione della risposta rispetto alle esigenze dell'utenza. Il governo della mobilità non può prescindere da un'articolazione dei servizi basata sulle necessità; per questo, ricordando ancora l'esempio del contratto di servizio del Tpl, abbiamo valorizzato maggiormente gli aspetti legati al monitoraggio degli utenti e delle loro abitudini e tendenze



di utilizzo dei servizi. **Quella individuata nella proposta, 6.400 km quadrati per 400mila abitanti, è una dimensione ottimale?** Premesso che il tema della mobilità deve articolarsi su diversi livelli, ognuno dei quali descrive il suo territorio utile alla soluzione dei problemi, credo sia una dimensione plausibile per reggere un progetto che possa trovare un equilibrio nel rapporto costi/benefici. Purtroppo abbiamo assistito troppe volte nei decenni passati alla realizzazione di strade rimaste sottoutilizzate, mentre si è tardato nella realizzazione di opere realmente necessarie. In questo senso l'attuale giunta regionale ha fatto scelte molto coraggiose: penso all'azzerramento del progetto della Palmanova-Manzano a favore di una riqualificazione della viabilità esistente o alla conferma

della necessità della variante di Dignano o della tangenziale sud di Udine. Parallelamente abbiamo mantenuto i livelli di investimento sulla mobilità ferroviaria, puntando all'affidabilità e alla qualità dei servizi. **Crede che, dal punto di vista economico, ne potrebbe beneficiare sia il centro udinese che una periferia così allargata?**

La frammentazione del territorio regionale spinge a credere che una maggiore osmosi tra la mobilità dei centri urbani e della periferia possa favorire lo sviluppo economico di entrambe. Soprattutto se il progetto si rivolge non esclusivamente all'utenza dei cittadini, ma anche a quella turistica a fronte di un'attrattività dei centri minori in forte crescita. E poi non bisogna scordare che la riforma degli enti locali ha riorganizzato il territorio in Uti,

ridefinendo le dimensioni del bacino ottimale per la gestione di tutti i servizi al cittadino in una prospettiva di area vasta. **La Regione potrebbe sostenere economicamente un simile progetto? Ci sono piani di sviluppo in questo senso?**

La Regione ogni anno investe 186 milioni di euro nel Tpl affidandolo ad un'unica azienda per la gomma (con la gara che abbiamo in corso) e a Trenitalia e Ferrovie Udine-Cividale per il ferro. I margini affinché queste realtà possano accogliere all'interno dei loro piani questo tipo di progettualità ci sono tutti. Per fare un esempio la Regione sta sostenendo con convinzione lo studio di fattibilità per il recupero della Sacile Gemona che esprime una progettualità dal basso, radicata nell'interesse delle comunità locali ad una tratta storica. In questo caso il bacino d'utenza potrebbe abbracciare sia i residenti che i turisti. A ciò si aggiungerebbe il vantaggio competitivo della ferrovia rispetto alla mobilità automobilistica lungo quella direttrice di collegamento. Anche in questo caso siamo partiti da un'analisi specifica dei bisogni, dei costi e della sostenibilità economica del progetto, tenendo sempre come prioritarie le richieste di servizio che provengono dai cittadini e chiedendo ad Rfi e Trenitalia di sostenere l'eventuale riattivazione all'interno dei costi generali del servizio che già paghiamo.

Marco Ballico

Dagli abiti alle foto, dalle torte agli allestimenti: così è nata la rete d'impresе. Per un sì indimenticabile

IMPRESA



FRIULI WEDDING NETWORK

Il matrimonio perfetto

Sette aziende a disposizione per organizzare le nozze nei luoghi più suggestivi d'Italia

Giulia Zanella

La scelta della chiesa, della location del rito e per il rinfresco, il vestito, il tema della giornata, il menù, la torta, le bomboniere. Nei mesi che precedono il grande giorno sono queste le principali perplessità che dimorano nella mente delle future - soprattutto - sposine. E sono sempre di più - complici anche i numerosi programmi tv dedicati spuntati negli ultimi anni - quelle che sognano il matrimonio perfetto, curato in ogni minimo dettaglio. Capita, però, di non sapere a chi rivolgersi, di cercare un'assistenza professionale e amichevole, che si accompagni a esperienza ed entusiasmo, sensibilità e attenzione. A Udine i futuri sposi possono contare su WeddingItaly, che proprio nel capoluogo friulano, in via Zanon, ha la sua principale sede e si avvale di un team storico di dieci professionisti che ha organizzato migliaia di matrimoni nei luoghi più suggestivi d'Italia per coppie provenienti da tutto il mondo. La squadra, fondata da Alberto Ciani, da un'idea del 1999, è considerata tra le pioniere della professione del wedding planner in Friuli e in tutta Italia. E il Friuli Wedding Network rappresenta la parte integrante del processo di organizzazione del matrimonio. Sette aziende tutte friulane che contribuiscono a rendere il giorno del "sì" unico e indimenticabile. "La rete è nata da un'idea di Federica Cengherle, della Trattoria al Paradiso, che ha coinvolto prima Tas-



sotto e Max, per la parte foto e video, ed in seguito noi dell'agenzia - afferma Alberto Ciani, direttore". "Quindi - prosegue -, abbiamo partecipato a una prima fiera a Vienna e vedendo i risultati positivi abbiamo deciso di intraprendere questa strada della rete di imprese unendo altri professionisti nei vari settori a filiera del matrimonio: Barbara Beltrame e Giorgio Chiussi per abiti da sposo e abiti da uomo, GP Eventi per musica e luci, Maravee Animazione per animazione e allestimenti, Modo Parucchieri per trucco e parrucchi e La Pasticceria Sambucco per le torte". "WeddingItaly", insomma, è una tra le agen-



zie maggiormente intervistate e citate in riviste e giornali internazionali di settore e non. Dai principali blog del settore a Time alla trasmissione "Verissimo" di Canale 5, ma anche ABC's "Castle Wedding", "Le invasioni Barbariche" su LA7 e Sky ha presentato un matrimonio organizzato in Toscana. Una delle ultime apparizioni mediatiche è stata nel 2014 sul canale televisivo francese France O, che ha seguito con un servizio speciale una settimana di preparazioni al matrimonio: il programma è stato trasmesso nell'autunno dello stesso anno in prima serata. La caratteristica maggiore è l'internazionalità con cui la figura del wedding planner, a Udine e in Friuli anche, viene affiancata agli sposi che ne richiedono i servizi: in Italia la professione è vista meramente di sostegno all'allestimento, mentre un wedding planner di WeddingItaly affianca gli sposi lungo tutto il tragitto che porta al matrimonio, su tutti gli aspetti pratici e umani, seguendo in continua collaborazione tutti i singoli dettagli. Un approccio di impostazione statunitense con l'animo ovviamente tutto italiano. "Essere dedicati totalmente all'organizzazione di matrimoni a Udine e Friuli è sinonimo di un'attività lungimirante, sana che fonda le sue qualità sulla condotta positiva dei propri eventi - conclude il direttore Ciani -. Con il nostro aiuto i nostri clienti saranno in grado di creare un evento da ricordare e da far ricordare ai propri ospiti per l'eternità".

CURIOSITÀ

Coppie di tutte le religioni

Dal matrimonio civile, a quello cattolico e simbolico, ma anche quello protestante, ebraico, ortodosso, indiano e, non poteva mancare, omosessuale. Le tradizioni nuziali variano molto in base alle diverse culture, alla religione e al paese di origine e vanno rispettate e, come per molte altre cose sta lentamente cambiando anche la concezione matrimonio e ci sono sempre più coppie "miste" sia religiosamente che etnicamente. WeddingItaly vuole accontentare in tutto e per tutto i propri clienti accompagnandoli e "viziandoli" nel giorno del grande passo. "Siamo felici di fornire assistenza e mettere a disposizione la nostra esperienza di wedding planner per ogni genere di necessità e desiderio - osserva il direttore Alberto Ciani - siamo fermamente convinti che, quando si parla di matrimonio, sia l'amore a contare più di tutto. Abbiamo aiutato coppie di tutto il mondo e di tutti i credo a vivere i loro sogni e a suggellare il proprio amore con una cerimonia di matrimonio che rispecchiasse i loro desideri e personalità - aggiunge ancora Ciani -. Dalle cerimonie più tradizionali a quelle più moderne ed esclusive, è nostro piacere e privilegio aiutarvi a realizzare i vostri sogni". (g.g.)

NATURALCARNIA Accordo per il turismo

Alberghi, sport, cultura: nasce la "rete" della montagna

Lo scorso 6 giugno, grazie all'accordo sinergico tra 17 imprese, a cui si aggiunge una "collaborazione esterna" che è Carnia Holiday che cura la ricettività in loco è stata costituita la Rete di Imprese "NaturalCarnia". Capofila il Grand Hotel Gortani di Arta Terme con al suo intraprendente direttrice Chiara Gortani, cui si sono associate alcune aziende nel campo dell'accoglienza, della ristorazione, dei servizi al turismo, dell'agroalimentare e della comunicazione. Finalmente un forte e deciso segnale proveniente da un nutrito gruppo di imprenditori della Carnia decisi a cooperare per raggiungere i seguenti obiettivi: riorganizzare il prodotto turistico della destinazione in stretta aderenza con quanto previsto da Promo Turismo Friuli Venezia Giulia; e creare un sistema di comunicazione digitale (sito Web con annessi sistema di Booking in tempo reale e strategia Social) e cartaceo adeguato a dare evidenza alla Carnia. Altro punto fermo del programma l'adozione di un sistema qualitativo di accoglienza del cliente con percorsi di formazione mirati al fine di adeguare la preparazione degli imprenditori nel settore dell'ac-

coglienza, delle conoscenze di lingue straniere e dei social. La rete NaturalCarnia si prefigge inoltre di partecipare, con Promo Turismo FVG, a delle fiere B2B e ad alcuni eventi mirati B2C di promozione del territorio carnico. Ci si è pure prefissi la partecipazione congiunta a bandi e progettualità europea allo scopo di innovare continuamente il modello tecnico e tecnologico di promozione. Il comitato di gestione della rete NaturalCarnia ha nominato come presidente la stessa Chiara Gortani, vero motore dell'iniziativa, e vicepresidente Emiliano Cantagallo di Penedenze Pericolose, esperto di ciclismo e ve-



Emiliano Cantagallo e Chiara Gortani

ra anima del prodotto "Bike" in Carnia. Primo grande obiettivo di "NaturalCarnia" sarà quello di presenziare all'evento "Gran Fondo Campagnolo Roma" dove dal 7 al 9 ottobre 2016 sarà presente con un stand promozionale della Carnia. Chiara Gortani, presidente del comitato di gestione dichiara fin da subito: "Siamo aperti alla massima collaborazione con gli Enti locali e regionali che si occupano di turismo ed economia del territorio che credono nella valorizzazione del nostro territorio. Altresì siamo disponibili ad accettare nel nostro sistema qualunque imprenditore carnico che creda nel nostro progetto e voglia condividere con noi il rilancio della nostra amata Carnia". La volontà di fare rete nasce dalla necessità di trovare una sintonia assoluta nell'analizzare le problematiche del proprio sistema turistico e progettare da subito un piano di miglioramento. "La consapevolezza - prosegue la presidente - che in Carnia si possa fare e vivere di turismo ci spinge a metterci in gioco al 100 per cento, sapendo che se ci sarà sinergia tra le imprese di questo territorio, si potrà raggiungere qualsiasi obiettivo". Una iniziativa nata da una ana-

Tra gli obiettivi quello di creare un sistema di comunicazione digitale e cartaceo adeguato a dare evidenza alla Carnia

lisi fra pochi amici. "Dopo aver effettuato una disanima - illustra Gortani - sullo stato dell'arte della Carnia e sulla conoscenza che gli stessi imprenditori hanno del loro territorio, abbiamo cercato di dare una scossa al settore, mettendoci in rete, ognuno per le proprie peculiarità, in maniera di offrire un prodotto "Carnia" completo in tutte le sue essenze: cultura, sport, rete museale e quant'altro esiste sul territorio." Attualmente le aziende che hanno sposato questa causa, fanno parte della zona della Valle del But e del parco delle colline carniche. "Siamo aperti a tutti - chiude la presidente - e con soddisfazione notiamo che vi è già interesse da parte di operatori di tutte le altre vallate della Carnia per aderire al nostro progetto." Gino Grillo



IN CIFRE

Coinvolte 18 imprese

La presidente Chiara Gortani sciorina i numeri e gli obiettivi concreti di NaturalCarnia. "I nostri numeri: 18 imprese del territorio, 4 settori economici complementari, 4 tipi di ricettività diversa con oltre 300 posti letto, 5 mesi di lavoro intenso, 20 mila euro di budget derivante da autotassazione, 1 passione comune per il turismo e per la valorizzazione del proprio territorio: Tutte eccellenze della Carnia unite in un unico obiettivo: rilanciare la Carnia!" La strategia di questa rete innovativa per la montagna carnica, "in pillole", prevede di "Parlare con

gli imprenditori, e capire di cosa il territorio ha bisogno (necessità interne e verso l'esterno), coinvolgere tutti gli attori che possono entrare nel sistema turismo a tutti i livelli, individuare i prodotti turistici, analizzare e strutturare l'attuale offerta informando gli operatori e il turista. Aderire a più percorsi di formazione comune su varie tematiche. Creare un sistema di comunicazione innovativo per far circolare le informazioni (sia tra gli operatori che con il turista), romuovere la Carnia sui mercati B2B con Promo Turismo FVG ed in autonomia sui mercati di prossimità (B2C)". (g.g.)

Attualmente sono oltre 190 i punti vendita a gestione diretta e in franchising all'attivo della società

IMPRESE



CIGIERRE

Cibi da tutto il mondo

La catena è specializzata nella ristorazione multi-etnica. Una storia iniziata 21 anni fa

Lucia Aviani

È la signora della ristorazione multi-etnica e - parallelamente - del casual dining, dei pranzi informali cioè, quelli consumati vicino ai cinema multisala, per esempio, o nelle vie ad alta densità di traffico delle grandi città, fra un impegno di lavoro e l'altro. È Cigierre, alias Compagnia Generale Ristorazione SpA, realtà udinese che nei suoi 21 anni di vita (la data di nascita riporta al 1995) di strada ne ha fatta davvero tanta. Oggi, infatti, l'azienda - che opera sia con

La realtà udinese è proprietaria dei brand Old Wild West, Wiener Haus, Arabian Kebab, Kukkuma e Shi's



L'azienda ha varato (aggiudicandosi un primato italiano) l'innovativo sistema del mobile payment, partito da Old Wild West

modalità di gestione diretta che in franchising - è riconosciuta come fermo, indiscusso punto di riferimento nel settore di cui sopra. Proprietaria dei brand Old Wild West, Wiener Haus, Arabian Kebab, Kukkuma e Shi's, la Compagnia ha fatto dell'impegno alla selezione di materie prime di qualità (nell'intento di offrire al consumatore merce di prim'ordine) il proprio biglietto da visita; a ciò si affianca l'utilizzo di attrezzature, per la preparazione delle pietanze, che rispondono ad elevati standard di efficienza e sicurezza. Fiore all'occhiello di Cigierre è la citata Old Wild West, steak house ormai diffusa sull'intero territorio nazionale e specializzata nella preparazione di hamburger, di prelibatezze Tex-Mex e di piatti di carne

argentina e irlandese alla griglia. Arredi in tema, studiati su misura, completano il quadro, conferendo riconoscibilità al marchio e immergendo la clientela in un perfetto stile western, appunto. Si diceva dell'attenzione di Cigierre alla ricerca di alimenti di accertata qualità: la selezione è diretta, senza intermediari cioè; se ne occupa la ditta, insomma, tramite un articolato team di professionisti che segue la scelta dei fornitori e la definizione delle ricette (nonché, per inciso, l'assetto, vale a dire l'estetica, dei singoli locali). E c'è poi il progetto Academy, piano interno finalizzato a promuovere una formazione continua dei dipendenti. Obiettivo? Trasferire a tutti i collaboratori (si tratti di operatori di cucina o di sala) il know-how acquisito, in

due decenni di attività, da chili ha preceduti. Ogni punto vendita, inoltre, viene costantemente monitorato per verificare e garantire il mantenimento degli standard imposti da Cigierre, che anche grazie ai rigidi paletti fissati ha saputo imporsi sul mercato ed espandersi a macchia d'olio: basti dire che attualmente sono oltre 190 i punti vendita a gestione diretta e in franchising all'attivo della società. All'estero i format della Compagnia Generale Ristorazione Spa sono presenti in Svizzera, Belgio, Croazia, Georgia; presto all'elenco si aggiungerà la Francia. Da evidenziare, al riguardo, che l'impresa si contraddistingue per una forte politica di espansione sul territorio, che mira all'apertura di circa 30 punti vendita all'anno. La storia di Ci-

gierre parte, come accennato, nel 1995; fino al 2001 l'azienda si è concentrata sulla sperimentazione delle varie "formule" proposte all'utenza e sul progressivo miglioramento dell'offerta. Il passaggio successivo, nel momento in cui l'iter "preparatorio" ha prodotto risultati soddisfacenti, si è tradotto in un processo di standardizzazione della qualità dei prodotti, così da poter replicare al meglio i format con la formula del franchising. Old Wild West, il fiore all'occhiello della Spa, ha preso forma nel 2002: la burger & steak house è nata come proposta da affiancare, in primis, ai multisala, con il dichiarato obiettivo di intercettare i frequentatori prima e dopo la visione del film. L'idea alla base del disegno era quella di una realtà dal target superiore a quello dei tradizionali fast food. In parallelo, Cigierre - da sempre attenta alle food court dei centri commerciali internazionali, ben più ricche e specializzate nella ristorazione etnica di quelle italiane - ha rivolto l'attenzione all'estero, procedendo all'acquisizione di un importante marchio straniero, Cantina Mariachi. Altri format sviluppati dalla Compagnia sono Wiener Haus, che ricrea l'ambiente e i gusti tipici delle grandi birrerie, Arabian Kebab, dedicato a un piatto impostosi, negli ultimi anni, pure in Italia, e infine Kukkuma Café: spazio, nel caso, al caffè appunto, nelle varianti originali così come in versioni speciali. L'ultima frontiera di Cigierre, adesso, ha a che fare con i pagamenti: l'azienda ha infatti varato (aggiudicandosi un primato italiano) l'innovativo sistema del mobile payment, partito da Old Wild West.

CURIOSITÀ

All'Old Wild West pagamenti con lo smartphone

Cigierre, azienda leader nel campo della ristorazione multi-etnica, ha varato il mobile payment, innovativo sistema di pagamento che permette di saldare il conto della consumazione con un semplice tocco sullo smartphone, in modo agevole e sicuro. Insomma: niente code alla cassa, con il beneficio dell'assenza di spese di commissione. La "rivoluzione" è partita dai tre punti vendita della catena Old Wild West attivi in ambito provinciale, quelli cioè di Pradamano, Torreano di Martignacco e Tavagnacco. Per gli interessati è sufficiente scaricare la app Satsipay: bastano poi un tocco sul dispositivo elettronico e uno di conferma da parte dell'operatore di cassa. «Il modello Satsipay - spiega Marco Apollonio, a capo della Business Innovation Unit di Cigierre - non prevede l'utilizzo di carte di credito ed è caratterizzato da una totale indipendenza da operatori telefonici e banche. È sufficiente registrarsi inserendo dati anagrafici e codice Iban e impostare un limite massimo di spesa settimanale». La app rileva gli esercizi convenzionati tramite geo-localizzazione: l'utente, così, può selezionare il ristorante in cui si trova e autorizzare il versamento dell'importo dovuto. L'operazione è possibile anche fra privati: la app riconosce i contatti della rubrica che utilizzano Satsipay e dispone il pagamento richiesto inviando una notifica al destinatario. (I.a.)

IN CIFRE



1995: anno di nascita di Cigierre; **2002:** data di apertura del primo Old Wild West; **190:** i punti vendita della catena; **4:** gli Stati esteri in cui Cigierre è attiva; presto diverranno **5**, con lo "sbarco" in Francia; **30:** i nuovi punti vendita che l'azienda mira ad aprire ogni anno

OSTERIA 51

Il motto "Cibo e buon vivere"

Da fabbrica di tannino a locanda immersa nella natura



Colli di bottiglia si allungano verso un puijùl in legno, piccolo sopralco sopra il banco di osteria. Materiale recuperato anche nei mercatini del Veneto, racconta Giorgio Ortiga mentre indica tavoli e sedie di forma e colore diversi, ma tutto in legno, insieme armonico in un locale da 35 coperti all'interno e altrettanti all'esterno, in mezzo a un bosco che non ti aspetti alla periferia di Udine. L'Osteria 51, via della Madonnetta, laterale di via Marsala, è aperta dallo scorso 3 marzo. Una locanda di vita breve con alle spalle un'altra storia. Di lunga data. L'edificio che ospita il ristorante era, ai tempi della proprietà Ferro, una fabbrica di tannino, sostanza chimica usata in conceria. A fianco, la casa dell'antica famiglia udinese e, pochi metri più in là, una vasta area verde che si allunga verso Sud fino ai vivai comunali, con alberi da frutta e viti piantate una sessantina di anni fa, abbandonate.

«Cercavo da anni un luogo adatto per un'osteria - racconta il titolare -. Quando un amico mi ha portato a vedere quel vecchio edificio in mezzo alla natura, me ne sono innamorato». Ortiga ha fatto tanto, e tutt'altro, in precedenza. È stato rappresentante, di elettrodomestici e di libri Mondadori, si è inventato una sala da ballo-palestra, ha rilevato e gestito il California, aperto un centro estetico, avviato un'attività nel settore della pavimentazione. Finché, nel 2013, «ho deciso che dovevo aprire un'osteria. O adesso o mai più». In via Madonnetta, dagli anni Settanta, lì dove prima sorgeva una fabbrica, «c'era l'abbandono totale». Non è stato un lavoro facile, c'era molto da buttare via e tutto da costruire, ma il risultato è di impatto. Dentro e fuori. Osteria 51 è l'insegna. «Cibo e buon vivere» il motto. «Chi ci visita deve sedersi, fermarsi, stare bene». Ortiga fa sapere di non avere congelatori, i prodotti



vengono acquistati ogni giorno, il menù è sempre diverso. Le stagioni dettano la linea. «D'inverno ragioniamo tra l'altro su gnocchi fatti in casa con formadi frant, salsiccia o verdure, la pasta pure fatta in casa, orzotti, orzo e fagioli. Tra i secondi il piatto portante è il frico neretto, una contaminazione della zona di Prosenico dove lavorava il nostro cuoco, Giovanni. Un frico che diventa fagottino con formaggio, ma anche crema di latte, fari-

na di polenta e guanciale». D'estate prevalgono i piatti freddi con melone, speck, datterini, feta greca, pomodoro secchi. E ancora farro con senape di Digione, orzo con verdure grigliate, porchetta con cren e salsa agrodolce. Di venerdì spunta anche il pesce tipico d'osteria: sardelle, frittolino, seppioline, cozze e vongole. Quanto al vino, «serviamo Merlot, Cabernet Franc e Friulano di Annalisa Zorzetti e qualche altra etichetta friulana, anche di Sauvignon, Cabernet Franc, Refosco, Pinot Nero, Schioppettino, Verduzzo, bollicine comprese». A collaborare con Giorgio («lo faccio il jolly») e Giovanni, ci sono anche Massimiliano in cucina, Sorana e Alessia in sala. L'orario è soprattutto serale (dalle 18 alle 23) con apertura dalle 11 alle 15.30 venerdì e sabato. Domenica il servizio è fornito solo a pranzo, lunedì e martedì il locale rimane chiuso. Per le prenotazioni 345/8722096.

Marco Ballico

L'esempio di una realtà friulana che ha saputo evolversi e cogliere le trasformazioni in atto

IMPRESE



POZZETTO SILVIO IMPIANTI ELETTRICI

Energia alla ripresa

L'azienda ha installato quasi 500 impianti fotovoltaici. E ora si punta sulle auto elettriche

Antonella Lanfrit

Dagli impianti elettrici per i capannoni che fecero grande il Triangolo della sedia, e non solo quell'area, all'installazione di quasi 500 impianti fotovoltaici di tutte le dimensioni, capendo anzi tempo che quello era un settore in cui essere presenti perché da lì sarebbe venuta molta dell'energia elettrica del futuro. E oggi un nuovo tassello, quello legato alla mobilità elettrica, con la capacità di trasformare, attraverso propri partner collaudati, i vecchi motori endotermici in efficienti motori elettrici per le Smart.

È l'evoluzione dell'azienda Pozzetto Silvio Impianti elettrici, un'impresa nata nel 1956 e che oggi rappresenta l'esempio di un'azienda friulana che ha saputo evolversi, cogliere le trasformazioni in atto, senza però mai scartare parte dell'attività che ha fatto parte della sua storia. È, così, un'azienda dall'anima plurima, ancora pienamente attiva nel settore degli impianti elettrici, "con particolare specializzazione per la dimensione industriale e le cabine di trasformazione in quell'ambito", spiega Chiara Pozzetto, responsabile dell'amministrazione, del portafoglio clienti e con la sorella Silvia, ingegnere, espressione della terza generazione della famiglia che sta guidando l'azienda. Nel settore fotovoltaico è attiva dal 2000 e oggi è protesa verso nuovi orizzonti.

In ogni ambito, la Pozzetto Silvio Impianti Elettrici guarda al meglio possibile. Così, per esempio, in quello del fotovoltaico ora la sua attenzione è per "gli importanti sviluppi che si stanno facendo nelle batterie destinate ad accumulare l'energia prodotta dall'im-



A sinistra un impianto industriale; in alto l'auto elettrica; in basso, uno dei primi impianti realizzati, nel Comune di Bordano



pianto e rendere così l'edificio davvero autonomo. Si è arrivati a un'autonomia di un giorno - illustra Chiara Pozzetto - ma con soluzioni ancora di un certo costo. Comunque gli studi

stanno avanzando e non è lontano il momento in cui si arriverà a rendere autonoma per qualche giorno una struttura, grazie ad accumulatori di energia convenienti". Per il fotovol-

taico l'azienda ha una squadra di tecnici e operai qualificati nelle installazioni di impianti e nella manutenzione.

Per quanto riguarda invece la mobilità sostenibile, oltre

IN CIFRE

Sessant'anni di storia

1956 anno di fondazione della Pozzetto Silvio Impianti Elettrici

2000 anno che segna l'ingresso della Pozzetto nel mondo del fotovoltaico

500 gli impianti di piccole e grandi dimensioni sin qui realizzati

2013 l'anno che segna il debutto dell'offerta di un nuovo tipo di mobilità sostenibile

3 le generazioni che si sono misurate e si stanno misurando in azienda

Con Chiara e Silvia (terza generazione) la Pozzetto Impianti si è avviata ad affrontare le sfide legate a nuove tappe

alle auto elettriche e all'evoluzione che è in corso per modificare i motori a benzina o a gasolio esistenti a favore di quelli elettrici, Pozzetto è in attesa di osservare "di ciò che sta maturando attorno alle auto da alimentare ad aria compressa". Ciò si pone nel solco avviato dall'azienda nel 2011 che ha istituito un gruppo di ricerca, formato da persone con diverse competenze, per avviare un progetto di mobilità sostenibile che intende proporre ai Comuni, alle aziende e ai privati. L'esperienza acquisita è frutto di costanti e frequenti aggiornamenti nel settore, con la partecipazione a importanti fiere a livello internazionale, convegni e al master organizzato a Milano

dalla Cei Cives. "L'ambizione della Pozzetto Mobility - continua la giovane imprenditrice - è quello di sviluppare la mobilità elettrica con l'analisi e il monitoraggio sul parco veicolare degli enti pubblici e privati; attivare un laboratorio informativo sui veicoli elettrici; avviare un progetto di mobilità sostenibile con la realizzazione di pensiline fotovoltaiche con colonnina o barra di ricarica. Accanto a ciò, si pone la riconversione dei motori".

Ad avviare l'azienda nella seconda metà degli anni Cinquanta fu Silvio Pozzetto con sua moglie Gisella Tosio. In azienda è poi arrivato il figlio Giorgio Pozzetto, che da ingegnere ha cominciato a occuparsi soprattutto della progettazione degli impianti. Con Chiara e Silvia la Pozzetto Impianti si è avviata ad affrontare le sfide legate a nuove tappe. "Bisogna essere sempre attenti, veloci nelle risposte ed estremamente preparati nelle soluzioni che si offrono", conclude Chiara Pozzetto sintetizzando l'immutato spirito aziendale.

SKY GAS & POWER

Crescita a doppia cifra per la società

Gas e luce "made in Friuli" conquistano il mercato

Crescita a doppia cifra per Sky Gas & Power, società udinese attiva nel mercato del gas e dell'energia. Il bilancio 2015 si è chiuso con 10,8 milioni di euro di fatturato, più del doppio dell'anno scorso. Raddoppia anche i clienti, che hanno toccato quota 6.500 tra la regione e il resto di Italia. Non solo: l'azienda friulana continua a scalare il mercato e segna già un +80% nel fatturato della prima metà del 2016 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

"Merito di diversi fattori - commenta l'amministratore Stefano Caldarazzo - sicuramente del nostro approccio al mercato che ci porta a essere non solo fornitori ma veri e propri consulenti per la gestione ottimizzata del gas e dell'energia e per il risparmio energetico, in particolare per il mondo business. E poi la nostra capacità di diversificare i servizi personalizzandoli in modo quasi sartoriale sulle esigenze di forniture e sui budget dei clienti. Non ultimo, un team affiatato e competente che garantisce i massimi livelli di assistenza back-office e front-office al cliente".

Sky Gas & Power si propone come fornitore di gas naturale e di energia elettrica attraverso una

L'amministratore Caldarazzo: "Puntiamo a conquistare i privati con contratti online che privilegiano la trasparenza dei servizi".

gestione dell'approvvigionamento dall'estero e da produttori nazionali. L'offerta garantisce risparmio di costi e messa in efficienza delle strutture gestionali e produttive per realtà di tutte le tipologie. "I nostri clienti spaziano dalle gran-

di industrie, alle piccole medie imprese, agli artigiani, amministrazioni pubbliche e condomini; - fa sapere l'imprenditore - il 40% circa è concentrato in Friuli Venezia Giulia, il resto è distribuito su tutto il territorio nazionale".

Fondata nel 2013 dall'imprenditore udinese, la società è cresciuta rapidamente con un aumento di fatturato del +50% l'anno. Il venduto è di 150 milioni di kw/h di energia e 30 milioni di mc/anno di gas.

L'azienda, ora, punta ad aprirsi di più ai privati, che al momento rappresentano la percentuale minore del portafoglio clienti. "Lo faremo con un approccio diverso - spiega Caldarazzo - ovvero con la sottoscrizione di contratti via internet senza telemarketing, porta a porta o altre forme di promozione spinta". La società ha appena pubblicato il nuovo sito web www.skygaspower.com realizzato con la collaborazione di iVision Group di Udine, attraverso



il quale è già possibile inoltrare la propria richiesta di fornitura. "La proposta per i privati riguarda la fornitura di gas senza costi di attivazione e modifiche al contatore o all'impianto - puntualizza Caldarazzo - nell'apposita sezione online è già possibile attivare il contratto compilando un semplice form. L'offerta prevede una riduzione fissa del 10% rispetto ai prezzi stabiliti dall'Autorità per l'Energia Elettrica, il Gas e il Sistema Idrico (AEEGSI). Attraverso il

SKY GAS & POWER

SERVIZI | CONTRATTI ON LINE | EFFICIENZA ENERGETICA | PREZZI COSTANTI

Energia elettrica e gas naturale A PREZZI FISSI E DI MERCATO

Scegli l'offerta adatta a te

L'impegno, la serietà, la professionalità ed il rispetto per il cliente sono al centro di ogni nostra attività ed affidabile. Siamo di giorno, di notte, in weekend, sempre disponibili ad ascoltare le esigenze di chi lavora con noi così da poter garantire ogni giorno Qualità, Efficienza e Dedizione ai nostri Clienti e al nostro Paese.

Home | Contatti | Info | Industrie | Partner ship

sito web c'è inoltre la possibilità di comunicare l'autolettura del contatore gas e consultare anche l'archivio delle bollette digitali. Il tutto nell'ottica di offrire un servizio semplice, veloce e soprattutto trasparente - continua l'imprenditore - siamo convinti infatti che in un mercato così vasto e complesso come quello dell'energia il rapporto diretto con il cliente, la facilità di accesso e la chiarezza assoluta dell'offerta siano elementi vincenti".

Nei piani di Sky Gas & Power per il prossimo futuro c'è anche l'assunzione di nuovo personale e la conferma dei partenariati con associazioni sportive e onlus del territorio con cui ha già collaborato. Tra queste la squadra udinese di basket Apu Gsa, l'associazione Euretica con cui ha appena sponsorizzato le Vallimpiadi, evento sportivo ospitato nella Val di Natisone, e la onlus Oblò che si occupa di progetti a sostegno della genitorialità e dell'infanzia.

Una scelta azzeccata, dal punto di vista commerciale, e molto gradita dalla clientela

IMPRESE



GIOIELLERIA BORTOLIN

Boutique di successo

È stato aperto il primo punto vendita in Italia della Montblanc. Non solo penne ma anche pelletteria

Adriano Del Fabro

È stata aperta solo nel maggio di quest'anno, a Udine, la "Boutique di Montblanc", ma è già un successo. Il punto vendita, figlio cercato della gioielleria Bortolin, è situato nel cuore del capoluogo friulano ed è il primo punto italiano aperto in franchising da Montblanc, azienda tedesca ultracentenaria, leader mondiale nel segmento "strumenti da scrittura". La rete, poi, si è sviluppata nella Penisola e ora è a quota 16 punti vendita. Quello di Udine, in ogni caso, rimane l'unico in regione. Una scelta azzeccata, dal punto di vista commerciale, e molto gradita dalla clientela: «Nel mese di giugno, il nostro punto vendita ha realizzato il secondo miglior risultato italiano e, da quando abbiamo dedicato questo spazio esclusivo a Montblanc, le vendite della griffe sono aumentate di 5 volte», spiega Marco Bortolin, quarantottenne titolare dei due punti vendita ed esperto gemmologo. **In principio era Giovanni**

L'attività di gioielleria dei Bortolin è stata avviata, nel 1962, dal papà Giovanni, in via Gemona. Risale al 2007 l'arrivo in centro città (via Rialto) dell'attività di vendita di preziosi dopo aver rilevato un'altra gioielleria storica e importante. Ma, già dal 1990, Marco era attivo in azienda. **Quali sono le caratteristiche distintive della vostra gioielleria?**

Proponiamo una gamma molto ampia di referenze (oltre 8mila) che comprende prodotti di alta qualità proposti con altrettanta alta pro-

fessionalità. I nostri collaboratori, non solo sono molto giovani, ma sono anche adeguatamente formati poiché hanno seguito corsi professionali specifici. Inoltre, trattiamo alcune marche prestigiose di orologeria assolutamente in esclusiva per la piazza di Udine e che condividiamo con altri pochi punti vendita in Italia. Mi riferisco alle svizzere: Audemars Piguet, Iwc e Tag Heuer Connected, a esempio. **Dunque, vi proponete come un negozio esclusivo?**

No, tutt'altro. Grazie alle tante referenze di varie marche,

Da quando è stato dedicato questo spazio esclusivo a Montblanc, le vendite della griffe sono aumentate di 5 volte

abbiamo proposte interessanti e di qualità per ogni fascia di prezzo. Cerchiamo di accogliere tutti i clienti con estrema gentilezza e servirli con cura per soddisfare le loro richieste e, quando possibile, personalizzando gli acquisti (con la pelletteria e le penne Montblanc, a esempio).

Come siete organizzati? Nei due punti vendita, oltre a me, sono impegnati 6 collaboratori (erano 5 prima dell'apertura della Boutique). Lo spazio della gioielleria si sviluppa su due piani per 140 mq di vendita mentre, a Montblanc, abbiamo dedicato 40 mq. Nel 2015 abbiamo sviluppato un fatturato

di 4 milioni di euro. **La crisi che, da anni, coinvolge tutti i settori economici, vi ha segnato?**

Direi di sì, in positivo. Mentre molti nostri colleghi, purtroppo, sono stati costretti a chiudere l'attività, noi siamo cresciuti e abbiamo deciso di ampliarci con la nuova apertura. La crisi, dunque, si è trasformata in opportunità.

La partnership con Montblanc è una novità per voi?

Con l'azienda collaboriamo dalla fine degli anni '90. La griffe aveva uno spazio dedicato all'interno della gioielleria, quando ancora il suo principale business era legato alle penne. Poi sono venuti gli orologi e la pelletteria che hanno richiesto uno spazio di vendita più ampio ed abbiamo deciso, assieme alla marca, di aprire la Boutique, a maggio del 2016.

Quali sono gli oggetti preferiti dai vostri clienti?

Montblanc, pur essendo un marchio tedesco, confeziona solo le penne in Germania. Gli orologi vengono costruiti in Svizzera, le penne da collezione in Francia e la pelletteria in Italia. E sono proprio gli articoli di pelletteria, quelli più venduti, assieme alle "classiche" penne.

E il cliente medio della Boutique, che tipo è?

È una persona (uomo e donna) che lavora, che viaggia spesso e che desidera gratificarsi circondandosi di oggetti belli, dalla manifattura artigianale, ma non eccessivamente costosi.

Udine, dunque, dalla sua esperienza, parrebbe confermare la propria vocazio-

IN CIFRE

8 mila oggetti preziosi

Anno di nascita	1962
Apertura della Boutique	maggio 2016
Numero collaboratori	6 (più il titolare)
Fatturato 2015	4 milioni di euro
Mq di vendita	140 (gioielleria); 40 (Boutique)
Numero referenze in gioielleria	oltre 8mila
Punti vendita monomarca Montblanc in Italia	16 (quello di Udine è l'unico in Fvg)

ne emporiale.

Sì, certo, però non deve sottrarsi al confronto con il cambiamento, cercare di comprenderlo e adeguarsi ai tempi. L'offerta commerciale deve guardare con maggior attenzione alle eccellenze e partecipare a rendere la città sempre più viva e vivibile. Dal canto suo, lo stesso dovrebbe fare l'amministrazione comunale dando indirizzi chiari per rendere la città maggiormente attraente per i cittadini, i turisti e i visitatori. Per questo ho sentito la necessità di collaborare con il Consorzio Udineidea e dare il mio contributo di pensiero e di impegno.



LA CURIOSITÀ

Il cliente più "particolare": Saadi Gheddafi

Si sa che sono molte le persone amanti degli orologi belli, ben fatti, di classe e di precisione. Tra questi, naturalmente, ci sono gli sportivi e i calciatori in primis. «Dietro ogni orologio c'è una sapienza e una manifattura eccezionale che andrebbe raccontata



Stefania, Marco e Matteo Bortolin

e capita: c'è sempre molta qualità artigianale attorno al bello - spiega Bortolin -. Questo è il motivo per cui, in giro per il mondo, ci sono tanti collezionisti di oggetti di precisione piacevoli da guardare e gratificanti da usare. Il cliente più "particolare" che ho servito - racconta - è sicuramente Saadi Gheddafi, figlio terzogenito dell'ex presidente libico che, per un breve periodo di tempo, nel campionato 2005-2006, ha partecipato all'avventura calcistica dell'Udinese. Ma altri calciatori della squadra bianconera sono nostri clienti e il rapporto con la società stessa è costante e collaborativo».

PUBLIMARKET 2

Trent'anni di attività

Il team per la comunicazione aziendale

Trent'anni di lavoro proponendo servizi di comunicazione integrata, puntando sui nuovi target e sull'identificazione della più efficace strategia di comunicazione di marketing a favore delle imprese. È questa la mission di Publimarket2, agenzia tra le più importanti e riconosciute nel Nord Est Italia che nel 2016 festeggia trent'anni di attività nel settore di riferimento, offrendo i suoi servizi ad aziende di respiro nazionale ed internazionale.

Ma come è nata questa avventura che, per celebrare questo traguardo così lungo e importante, deve aver decisamente fatto leva su "scelte giuste"

«Era il 1986 - racconta il presidente di Publimarket2 Francesco Sacco, quando mi sono trovato di fronte ad una scelta molto precisa: o prendere, così come si dice, famiglia, armi e bagagli e trasferirmi a Milano, o cercare di costruire qui quello che i miei colleghi milanesi avevano già intuito io fossi capace di fare e cioè offrire un servizio che potesse rispondere in modo consapevole alle reali esigenze delle imprese, mondo da cui traggo la mia



La copertina del magazine digitale "The Explorer Magazine" realizzato per la multinazionale The North Face®

formazione professionale. «Era una sfida importante - continua il presidente Sacco - perché bisognava investire su di un progetto impostato sull'importanza della strategia e dei contenuti essendo, allo stesso tempo, precursori nell'analisi dei nuovi target e nella scelta dei mezzi di comunicazio-

ne da utilizzare. E i risultati, per fortuna, non si sono fatti attendere: negli anni abbiamo avuto il piacere e l'onore di lavorare al fianco di brand quali Lloyd Adriatico, Consorzio Speck Alto Adige, Invicta, Carnielli, Head, Diadora, Police, Benetton Sportssystem, facendoci "le ossa" e sviluppando un'impostazione che oggi ci permette di supportare a 360 gradi realtà di diverso spessore, ognuna con le sue diverse esigenze comunicative". E oggi Publimarket2 vanta un fatturato 2015 che si è attestato a circa 1,6 milioni di euro e un utile al netto delle imposte pa-

Tra i clienti negli anni Lloyd Adriatico, Consorzio Speck Alto Adige, Invicta, Carnielli, Head, Diadora, Police, Benetton Sportssystem

ri a 69 mila euro, segnando un incremento rispetto al 2014.

E rispetto alla crisi come si riesce a raggiungere un risultato così soddisfacente ce lo spiega

ancora Francesco Sacco: «Alla base c'è sempre una propensione a uno sviluppo sostenibile e a una attenta gestione delle risorse; e poi siamo un'agenzia che da sempre ha la capacità di instaurare rapporti di collaborazione duraturi, anche con i clienti esteri, da cui proviene ben il 50% di fatturato. Credono in noi aziende internazionali come The North Face, Fjallraven, Gruppo Elan, Team7, Himolla e realtà del Triveneto come il Gruppo Refrion, giovane e dinamica realtà italiana tra i principali player europei nel settore degli apparecchi ventilati, la torrefazione Oro Caffè, i marchi d'abbigliamento Fratelli Campagnolo e Cmp, l'istituto di credito Banca della Marca, i produttori di stivali da moto Tcx e molti altri. Questo percorso ci ha permesso dunque di avere sempre un respiro, diciamo più ampio e internazionale, tanto che la crisi non l'abbiamo voluta intendere come tale quanto piuttosto come un'opportunità in cui crescere». «A questo proposito - spiega sempre il presidente di Publimarket2 -, il nostro staff, una ventina di persone circa, è letteralmente cresciu-

to in seno all'azienda, trovando nella nostra comune passione e volontà di miglioramento l'incentivo ad andare sempre avanti, costituendo un team di professionisti ricchi di competenze specifiche e pronti ad investire e, soprattutto, ad investire nel futuro». Un ulterio-

Oggi l'azienda vanta un fatturato 2015 che si è attestato a circa 1,6 milioni di euro e un utile al netto delle imposte pari a 69 mila euro

re esempio di questo sguardo al futuro è dato anche dalla scelta del presidente di Publimarket2 di creare, nel 2007, Blu Wom, una divisione specializzata in pubbliche relazioni, attività di ufficio stampa, digital PR, social media management ed organizzazione eventi, assieme alla quale Publimarket2 compone il Gruppo Publimarket2 e completa il carnet di servizi messi a disposizione dei clienti.

Valentina Coluccia

CURIOSITÀ

Imprenditore e insegnante



Francesco Sacco

Francesco Sacco, oltre ad essere presidente di Publimarket2 insegna anche all'Università di Udine "Teoria e Tecnica della Comunicazione Pubblicitaria integrata", corso il cui obiettivo è quello di fornire agli studenti le conoscenze teorico-pratiche necessarie per: comprendere i processi della comunicazione di marketing; analizzare il ruolo della comunicazione di marketing all'interno del marketing mix; conoscere i diversi strumenti di comunicazione pubblicitaria; formulare una strategia di comunicazione; organizzare e gestire un piano di comunicazione per realtà aziendali o istituzionali di piccole e medie dimensioni.

Tappa all'Ocse di Parigi e alla sede del Parlamento a Bruxelles

GIOVANI IMPRENDITORI



LA MISSIONE

L'Europa è dei giovani

Un'esperienza di informazione e formazione sugli strumenti a supporto dell'impresa giovanile

Una due-giorni tra Parigi e Bruxelles, esperienza di informazione e formazione sulle politiche e gli strumenti a supporto dell'impresa giovanile, in particolare garantite dall'Unione Europea. Il Comitato imprenditoriale giovanile (Cig) della Camera di Commercio di Udine, che riunisce i presidenti dei Gruppi giovanili della associazioni di categoria provinciale, ha realizzato, a inizio luglio, una missione d'approfondimento organizzata dalla Cciaa, che ha fatto tappa all'Ocse di Parigi e alla sede del Parlamento Europeo a Bruxelles e ha effettuato, inoltre, visite a importanti realtà innovative e startup giovanili della capitale europea, con il coordinamento in loco dell'Ufficio della Regione Fvg. La missione si è svolta nell'ambito di Enterprise Europe Network (Een), la più grande rete europea di supporto allo sviluppo delle piccole e medie imprese, di cui la Cciaa di Udine è sportello sul territorio, con la sua Azienda speciale I.Ter.

«Abbiamo avuto un'importante opportunità - ha spiegato il presidente del Cig Massimiliano Zamò, in viaggio assieme ai colleghi Marco Pascoli (Cooperative), Fabio Passon (Confcommercio), Francesco Roiatti (Confartigianato), Mattia Bertossi (Coldiretti), Tommaso Passoni (Confapi) e Filippo Fontanelli (Confindustria) -. A Parigi abbiamo potuto capire meglio l'attività dell'Ocse, con particolare riferimento alle politiche giovanili e all'imprenditoria sociale. Un incontro che è stato possibile anche grazie alla collaborazione che la Camera di Commercio di Udine ha avviato da tempo con l'Organizzazione internazionale, punto di riferimento dell'e-



conomia mondiale». Gli imprenditori del Comitato giovani, all'Ocse, hanno anche portato la testimonianza di una best practice del mondo cooperativo europeo, attraverso l'intervento del componente Marco Pascoli, che ha presentato il progetto Ue Coopstarter, una rete europea per l'accompagnamento ai giovani imprenditori cooperativi, che ha portato alla realizzazione di una guida pratica di sostegno alle realtà cooperative.

Il programma di incontri a Bruxelles, poi, è stato coordinato con l'assistenza dell'Ufficio della Regione Fvg in loco, «con cui si è sancita un'importante collaborazione», ha aggiunto Zamò. Nella sede del Parlamento Europeo, a ricevere i giovani imprenditori del Cig c'era Alfredo Alagna, funzionario della Direzione Generale della comunicazione, che ha permesso al gruppo di ap-

profondire, oltre alle funzionamenti degli Organi europei e le priorità tematiche, anche le misure per le nuove imprese giovani. «Abbiamo inoltre avviato - ha ricordato Zamò - un dialogo diretto con i collaboratori di alcuni degli europarlamentari del Nord Est, per un approfondimento sui settori specifici di trasporti, turismo, ambiente, salute, sicurezza, sviluppo regionale, d'interesse per le varie associazioni di categoria rappresentate all'interno del nostro Comitato». Infine, il Cig ha visitato la Co-Station Bruxelles, realtà che fornisce servizi per l'estensione delle start-up sul mercato: finanziamenti, marketing, incremento commerciale o mentorship imprenditoriale. «È stato un incontro stimolante - ha concluso Zamò - e ci ha fornito spunti interessanti per implementare realtà esistenti sul nostro territorio».

DATI DI UNIONCAMERE

Quasi un'impresa su tre under 35 è donna

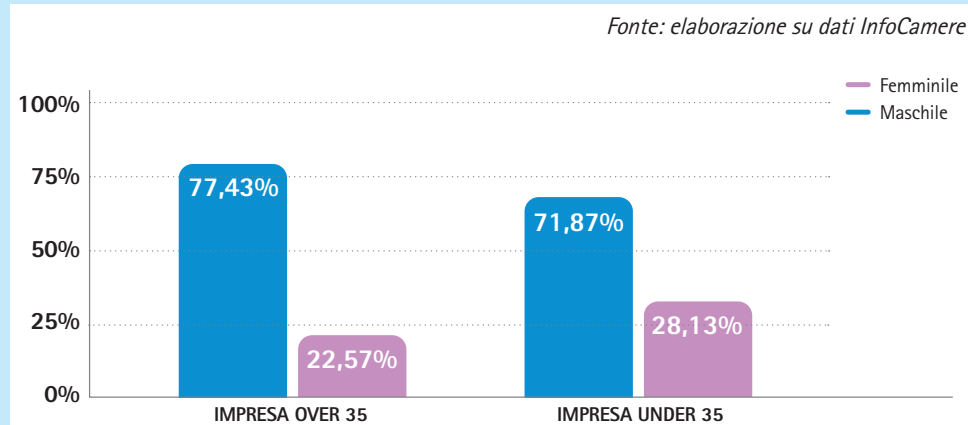
Donne, giovani e stranieri. Ecco le nuove leve dell'imprenditoria in regione, le risorse che contribuiscono al rilancio dell'attività economica del paese. Ma a rimpinguare il tessuto imprenditoriale sono soprattutto gli under 35, che nel 2015 hanno aperto 120mila nuove aziende. Senza il loro apporto si sarebbe registrata una perdita di 21mila unità, anche se rappresentano solo il 10,3% degli oltre 6 milioni di imprese in Italia. Il Friuli Venezia Giulia purtroppo è il fanalino di coda: con un valore pari al 7,8%, che corrisponde a 8.119 imprese su 104.634 imprese registrate in totale, presenta la percentuale più bassa. La regione con la più alta percentuale è la Calabria (14,8%), mentre Emilia Romagna, Veneto e Trentino Alto Adige presentano valori simili al Fvg. Nella nostra regione le imprese "giovani" attive al 31 dicembre 2015 sono 7.521, quelle registrate 8.111, un saldo tra iscrizioni e

cancellazioni dunque positivo (nel 2015 è di +878 unità, 1.637 iscrizioni, 758 cancellazioni), ma avendo diverse imprese superato la soglia "under 35" le iscrizioni risultano in calo del 14% rispetto al 2011. In totale nel 2015 sono nate 1.637 imprese under 35 (-4,5% rispetto al 2014), l'80,5% sono individuali, la formula più semplice per avviare un'attività. Le giovani imprese del Fvg sono concentrate per lo più a Udine (3.624), seguono con 1.827 Pordenone e Trieste con 1.192, infine Gorizia con 878. I settori in cui i giovani trovano più spazio per creare un'impresa sono il Commercio, le Costruzioni, il Turismo e i Servizi alle imprese. Infatti i tre comparti più attivi in regione sono Commercio (1.923, 23%), Costruzioni (1.604, 21,3%), Servizi alle imprese (1.286, 17%).

Quasi un'impresa su tre under 35 è donna: 2.116 le unità attive, pari al 28,1% del totale delle imprese giovani. Percentuale di tutto rispetto, se si considera che le circa 21mila femminili del Friu-

li Venezia Giulia rappresentano il 23% del totale delle imprese regionali. Infine, in un'impresa su quattro classificata "under 35" l'imprenditore è di cittadinanza straniera, 1.873 attività hanno un titolare nato all'estero. Passando alla provincia di Udine, i giovani rappresentano il 7,75% del tessuto imprenditoriale, pari a 3.935 imprese sulle 50.858 registrate, concentrate soprattutto in tre comparti: commercio (825, 23%), costruzioni (797, 22%), servizi alle imprese (592, 16%), primario (371, 10%). Nel 2015 nel capoluogo friulano sono nate 744 imprese under 35, pari al 45% del totale regionale. In aumento le Start up innovative in Friuli Venezia Giulia: 146, 9 unità in più (+6,6%, 42 a Udine, 13 a Gorizia, 50 a Trieste e 41 a Pordenone). A inizio luglio 2016 il numero iscritto alla sezione speciale del Registro delle imprese è di 5.949, in aumento di 806 unità rispetto alla fine di dicembre 2015 (+15,7%).

Rosalba Tello



L'INTERVISTA

Fabio Bressan. Ha lavorato per America's Cup e F1



Fabio Bressan

"Ecco i materiali che rivoluzioneranno il mondo"

Idee, progetti, passione, motivazione, team e materiali: sono questi gli elementi chiave per "Innovare il Futuro". Ma quali sono le idee e soprattutto i materiali che rivoluzioneranno i prossimi anni? Lo abbiamo chiesto a Fabio Bressan, 42enne friulano di nascita e formazione, ingegnere e designer di fama internazionale, esperto nell'utilizzo dei materiali compositi avanzati, da due anni a Los Angeles in California. Durante la sua esperienza lavorativa ha realizzato soluzioni progettuali innovative, leggere e resistenti attraverso l'utilizzo dei materiali compositi avanzati come la fibra di carbonio per le formule sportive F1, F3, le supercar, gli yacht da competizione - per citarne alcuni l'America's Cup e la Volvo Ocean Race (una delle competizioni veliche più importanti al mondo) - e componenti strutturali per l'aerospazio. Cosa sono questi materiali?

I materiali compositi avanzati sono una combinazione di due e più mate-

riali di natura differente e più precisamente sono composti da una fibra come carbonio, vetro o kevalar e una matrice di resina. Di fatto a livello microscopico sono molto simili al legno oppure alla struttura delle ossa umane. Il fatto che ci ispiriamo alla natura ci permette di realizzare materiali che migliorano le prestazioni come la leggerezza e la resistenza rispetto alla tipica struttura di un metallo.

Lei sta pensando di aumentarne l'applicazione in campo biomedico?

I materiali compositi sono stati introdotti in ambito medico dal 1990. In alcuni casi, per mancanza di maturità tecnologica e di competenza progettuale, non hanno ancora contribuito in modo così evidente come per altri settori. In molti ambiti sportivi, ad esempio, dove le alte prestazioni di leggerezza e resistenza sono importanti, i compositi sono la migliore soluzione ingegneristica possibile. Le proprietà meccaniche delle ossa sono simili a quelle di alcuni compositi ed è per questo che l'utilizzo di tali materiali sarà destina-

to ad aumentare in ambito ortopedico. Come le si è presentata l'opportunità di lavorare all'estero?

Il più delle volte sono stato cercato perché ho inseguito i miei sogni. Ritengo che la California di oggi stia vivendo un momento storico equivalente al "Rinascimento Italiano" e ci sono ottime opportunità di crescita. Mi è dispiaciuto lasciare l'Italia che però non ha molti team internazionali e delle volte ho la sensazione che alcune professionalità siano interessate ad autoaffermarsi e autocelebrarsi più che a mettere in comune le proprie idee per farle crescere. Secondo la sua esperienza, come e da dove nascono le idee innovative nell'ambito progettuale?

Un'idea innovativa è divisa in diverse parti come le tessere di un puzzle spesso appartengono a persone differenti. Nella maggior parte dei casi questi frammenti rimangono dormienti e necessitano di essere contaminati per risvegliarsi e connettersi fra loro per completare il quadro. Nell'ambito progettuale, una buona idea, a causa

dell'interdipendenza di tecnologia di produzione, prestazione dei materiali e conoscenza del design, può essere frutto di diverse intuizioni.

Oggi il concetto di innovazione è legato al cambiamento e al pensiero laterale continuo e veloce. Cos'è per lei innovazione?

L'analogia per me più rappresentativa è data da un'opera musicale dove diversi artisti producono suoni differenti (con diversi strumenti) e la sinfonia trova la sua risposta nella sincronizzazione di una visione di colui che ha scritto il testo assieme all'aiuto di chi lo ha diretto.

Fondamentale è eliminare la competizione interna e aumentare la capacità empatica. Per me l'innovazione deve ambire a qualcosa di più di un risultato economico e deve lasciare un'impronta e un contributo sociale tangibile. Io, dal mio canto, voglio essere una persona che col suo contributo è in grado di trasformare il futuro e non semplicemente interpretarlo.

Giada Marangone

LA MANIFESTAZIONE

A Ragogna la festa dei prodotti a km0

Una festa che fa bene all'alimentazione e all'economia locale. A Ragogna, il 29, 30 e 31 luglio e il 5, 6 e 7 agosto, si svolgerà la 16a edizione della BioFesta. Organizzata dalla Pro Loco di Ragogna, il festival propone prodotti alimentari a chilometro zero, biologici, a marchio AQUA e presidi slow food, che saranno in degustazione durante i due fine settimana dedicati al cibo locale. L'idea vincente di creare un percorso gastronomico alla scoperta della tipicità dei prodotti friulani, è nata in seno alla Pro Loco più giovane della regione: merito di Nicola Sivilotti, il suo venticinquenne presidente che, con i collaboratori provenienti dal comune di Ragogna, ha creduto fortemente nella costruzione di una festa totalmente dedicata al biologico. Il percorso gastronomico per far conoscere i prodotti, passerà dalla degustazione dei piatti al rapporto diretto con i produttori presenti nel parco della manifestazione con un

banco vendita per la spiegazione delle peculiarità del proprio prodotto. I numeri (120 volontari, l'80% under 35, 42 fornitori e 104 prodotti totali) danno ragione al coraggio di questi giovani intraprendenti. BioFesta, comunque, non è solo gastronomia, ma anche divertimento e valorizzazione del territorio. Oltre al merca-



to agroalimentare, ci saranno le visite guidate alle aziende locali, un'area bimbi per gli ospiti più piccoli, musei e castello di Ragogna aperti. Inoltre saranno attive una zona BioRelax e un'area Girotondo, dove rilassarsi aspettando il momento di assaggiare il Ragognocco, il cestino di fricco con gnocchi allo speck e ricotta affumicata, simbolo della manifestazione.

Uno stimolo per l'ente sulle attività di medio lungo periodo

GIOVANI IMPRENDITORI



MASSIMILIANO ZAMÒ

Guardiamo avanti

La voce del comitato per l'imprenditoria giovanile: i problemi, le richieste, il futuro

Oscar Puntel

Massimiliano Zamò è presidente del Comitato per l'Imprenditoria Giovanile della Camera di Commercio di Udine. È a capo di un gruppo che è composto dai rappresentanti dei settori giovanili di tutte le associazioni di categoria delle realtà produttive della provincia. Se volessimo sintetizzare la funzione di questo gruppo, come la potremmo descrivere?

“Il comitato è attivo dal 2008 ed ha avuto diverse evoluzioni; negli ultimi anni, grazie anche al mio predecessore, Marco Pascoli, la nostra intenzione è stata quella di renderlo ancora più partecipe della vita camerale. Vogliamo creare sinergia fra le varie associazioni che rappresentiamo, portando quelle problematiche che possiamo avere in comune, come giovani e come imprenditori. Per dirne una, abbiamo organizzato una missione formativa all'estero grazie alla Cciao al Parlamento europeo e all'Ocse. E abbiamo riportato nelle nostre categorie e all'ente camerale, le dinamiche legate alle attività di lobby che si mettono in atto a Bruxelles e a Parigi. Cerchiamo di lavorare in modo sinergico e non individuale, per risolvere i problemi concreti dei nostri imprenditori”.
Che gruppo è?

“Eterogeneo, perché va dal commercio alla cooperazione, dall'industria all'artigianato, ai servizi. Ci accomuna il fatto che facciamo impresa ogni



“Va ricalibrato il concetto di “nuova impresa” e le politiche regionali devono sostenerla”

giorno, affrontiamo problematiche simili, ogni volta che entriamo nelle nostre aziende. La nostra diversità di settore è un arricchimento per tutti. Le chiamo esperienze cross-trasversali”.

Esperienze cross-trasversali?

“Portiamo avanti azioni sinergiche, al di là delle prerogative e degli interessi delle singole associazioni. Dalla Cciao veniamo coinvolti pro-

prio perché forniamo la nostra vision sul domani. Vogliamo essere uno stimolo per l'ente sulle attività di medio lungo periodo”.

Che obiettivi state perseguendo?

“Primo, supporto alla nuova imprenditoria, lobbying a favore di nuovi imprenditori e della giovane impresa, a prescindere dall'età anagrafica dei titolari. Preciso: va ricalibrato il concetto di “nuova impresa”. E va spiegato: non c'entra il fatto di avere vent'anni sulla carta d'identità. Ma va inteso come nuova iniziativa. Le politiche regionali devono sostenerla”.

Lei arriva dalla Confindustria, dove era a capo dei

giovani. Cosa si porta dietro?

“Sono esperienze che permettono di aprirti all'esterno. Quando sei a capo di organismi come questi ti rendi conto che rappresenti il “Noi”. Sei “primus inter pares”, primo fra persone pari a te. Non sei più il titolare della tua azienda, ma ti devi predisporre a una leadership non dovuta, ma meritata e condivisa con il gruppo. Pensare al “noi” e non al “te stesso” è lo sforzo richiesto”.

Voi siete “giovani”: cosa date all'ente camerale?

“La freschezza, che è quello che ci contraddistingue. Nel senso di freschezza di progettualità e di idee. E proprio perché siamo giovani, che ci riteniamo meno inclini a preconcetti e diffidenze che negli anni si possono essere costituite fra associazioni di categoria. Scaramucce, insomma, dove magari ci si è infilata anche la politica. Noi invece lavoriamo nel pieno della collaborazione inter-associativa, senza problemi di sorta”.

La prossima iniziativa?

“Collaborazione con Alig, la Associazione dei laureati in ingegneria gestionale, per l'organizzazione della fiera del lavoro. Un evento di networking informale, in modo che fra diverse aziende possano nascere collaborazioni e si costituiscano delle reti. E poi internazionalizzazione, con iniziative di formazione dedicate a giovani imprenditori, sulle diverse opportunità. Vogliamo essere il megafono delle attività camerale verso le nostre categorie”.

DAVIDE BOERI (CONFINDUSTRIA)

“Puntiamo e chiediamo formazione”

Competenze gestionali e formazione. Potremmo riassumere così gli obiettivi seguiti da Davide Boeri, presidente Gruppo Giovani Imprenditori dell'Industria Confindustria Udine, titolare e amministratore unico di un'azienda nel settore metalmeccanico. “Il nostro tavolo è molto eterogeneo, ma è mosso da un interesse collettivo e generale. Per giovani che cominciano domani o che sono già integrati in azienda perché ricoprono ruoli chiave è fondamentale cercare di acquisire e perfezionare le competenze gestionali. In Cciao, ci

confrontiamo continuamente: ovviamente c'è chi è più o meno esperto, ma è proprio grazie all'interconnessione fra di noi che le singole esperienze vengono poi restituite alla società e al mondo del lavoro”, ci spiega Boeri. “Puntiamo e chiediamo formazione, sia per chi si deve immettere nel mondo del lavoro, quindi i giovani delle scuole superiori che devono acquisire le soft skills richieste dalle aziende, sia per quelle persone che sono già entrate, ma devono sviluppare altre esperienze, più specialistiche”.

FABIO PASSON (CONFCOMMERCIO)

“Sviluppare la cultura d'impresa”

Cultura di impresa, flussi dei consumatori e turismo. Sono i tre dossier individuati e portati al Comitato giovani della Cciao da Fabio Passon, architetto, presidente Gruppo Giovani Imprenditori Confcommercio di Udine, un super cartello da 700 associati, da Tarvisio a Lignano. “Una delle attività più importanti è lo sviluppo della cultura di impresa, a livello giovanile, ed è per questo che lavoriamo molto con gli studenti delle superiori, nell'ambito dei progetti di alternanza scuola lavoro”. Ma i commercianti chie-

dono anche un focus sulla storica diatriba: centri commerciali versus negozi cittadini o paesani. “E ci aggiungiamo anche il commercio online - precisa Passon -. Uno strumento questo, soprattutto per noi, inevitabile: quantomeno da conoscere. Stiamo lavorando con un gruppo di ricerca universitario proprio per capire quali saranno gli scenari futuri del commercio in Friuli”. Infine, turismo. “Abbiamo chiesto al vicepresidente Bolzonello un maggior coinvolgimento della nostra categoria nella programmazione turistica regionale”.

FRANCESCO ROIATTI (CONFARTIGIANATO)

“Semplificare l'accesso ai bandi”

Attuare politiche per contrastare la prematura moria delle imprese giovani: nei primi tre anni di vita, tramonta il 30% delle nuove aziende. Francesco Roiatti, presidente Gruppo Giovani Confartigianato di Udine, porta quest'impegno al tavolo del Comitato per l'imprenditoria giovanile della Cciao. Ci spiega: “Chiediamo semplificazione per l'accesso ai bandi regionali per il sostegno alle politiche giovanili. Che significa: velocizzare il processo di apertura bandi (e possibilmen-

te farlo ad inizio anno) e magari pensare di aprirli in più fasce temporali durante l'anno per dare la possibilità a più imprese di parteciparvi. Una programmazione certa è fondamentale”. “Inoltre - aggiunge il referente dei giovani artigiani che lavora nell'azienda di famiglia a Pasian di Prato -, pensare di ricalibrare verso il basso le spese necessarie per accedere ai voucher, aiutando in tal modo anche le piccole e neonate imprese, che non devono necessariamente sostenere alte spese da rendicontare poi”.

MARCO PASCOLI (COOPERAZIONE)

“Promuovere le buone idee”

Il mondo della cooperazione siede al Comitato Giovani della Cciao grazie a Marco Pascoli, lui stesso a capo di una azienda nel settore del welfare: “A quel tavolo porto le tematiche care alle imprese cooperative: in primo luogo la formazione continua, soprattutto per quelle figure che poi operano come amministratori o che entrano nei Cda delle coop”. “In questo momento storico - aggiunge - stanno cambiando norme e regolamenti, per questo è indispensabile l'aggiornamento continuo. In secondo luogo: internazionalizzazione.

Dobbiamo entrare nell'ottica che non esportiamo un semplice prodotto, ma il suo know how, l'espressione di una cultura e di un territorio”. Infine, imprenditoria giovanile. “Chiediamo la promozione dei vari bandi per l'imprenditoria giovanile. E dobbiamo fare pressione sulla nostra classe politica, in tal senso. Se ci sono buone idee è giusto promuoverle, lanciarle e continuarle a seguire. Le startup vanno bene, ma bisogna anche incentivare gli “acceleratori di impresa”, perché le nuove aziende vadano aiutate a crescere”.

MATTIA BERTOSI (COLDIRETTI)

“Digitalizzare le aziende”

Innovazione e digitalizzazione delle imprese. Sono le due direttrici seguite da Mattia Bertossi, delegato provinciale di Giovani Impresa Coldiretti Udine, all'interno del tavolo per l'imprenditoria giovanile della Camera di commercio di Udine. Il rappresentante del mondo agricolo spinge per sburocratizzare e snellire le procedure, talvolta eccessive, che attanagliano le aziende, e in particolare quelle agricole. “È mia intenzione portare le esigenze e le esperienze del settore agricolo

per un confronto anche con le altre realtà e categorie produttive della regione proprio per migliorare le condizioni di tutte le aziende”, ci ricorda. Imprenditore della terra, fortemente impegnato nelle attività dell'azienda familiare di Bagnaria Arsa, Bertossi sostiene le occasioni di confronto. “Attraverso il comitato - aggiunge - si cercano di individuare idee e opportunità per lo sviluppo e la crescita delle imprese agricole con particolare riferimento proprio all'innovazione e alla digitalizzazione”.

PATRIZIA ALOE (CNA)

“Procedure più veloci”

“Non si parli più di giovani imprenditori, ma di giovani imprese! Uno può avviare la sua azienda anche a quarant'anni, ma è sempre una novità sul mercato e vi si interfaccia esattamente come un giovane”. Patrizia Aloe, presidente del Movimento Giovani Cna, è anche titolare con il marito di una cioccolateria a Udine. “Al tavolo del Comitato giovani della Cciao, cerchiamo di sentire e portare quello che capiamo dentro Cna. E poi lo condividiamo con gli altri membri. Il nostro impe-

gno è quello di portare avanti richieste di sostegno, strumenti e agevolazioni a favore delle piccole e medie imprese. Ritengo sia stato proficuo l'incontro con il vicepresidente della regione, Sergio Bolzonello perché ci fosse un maggiore supporto a favore dell'imprenditoria giovanile. Nello specifico, abbiamo chiesto bandi regionali a fondo perso più frequenti, semplificazione burocratica e procedure più veloci. Talvolta si ha l'impressione di non riuscire a inoltrare la domanda in tempo, tanto è complicata la loro compilazione”.

TOMMASO PASSONI (API)

“Guardare oltre i confini nazionali”

Operare sui mercati internazionali, anche se si è piccoli. È una delle priorità perseguite da Tommaso Passoni, presidente Gruppo Giovani Imprenditori Api, dentro il Comitato per la giovane imprenditoria. “Porto la voce delle piccole e giovani realtà produttive e delle loro esigenze legate a una possibilità snella e veloce di guardare oltre i confini nazionali. Si tratta di capire quali sono le dinamiche e quali le difficoltà. E ovviamente mettere in campo gli strumenti per aggirarle. Quali? Gli aiuti che

possono arrivare dalla Cciao o da agevolazioni nazionali e europee”, chiarisce Passoni, a capo di un'azienda che si occupa di arredamento con particolare attenzione al naturale biologico. “Rappresento aziende che magari sono eccellenze, ma non riescono ad emergere. Le dimensioni sono minori e in più guidate da giovani: vuol dire che non c'è nessuno prima di loro, non hanno il background di genitori o nonni che le hanno già avviate. Hanno difficoltà a ritagliarsi un loro spazio, ma lo cercano e lo vogliono”.

PAOLA SCHNEIDER (CAMERA DI COMMERCIO)

“Lavoriamo su progetti condivisi”

“Un gruppo coeso e che lavora su progetti condivisi, nonostante le sue diverse anime”. Paola Schneider, albergatrice, siede al tavolo del Comitato per l'imprenditoria giovanile quale membro della Giunta della Camera di Commercio. Da tre anni è il tutor di gruppo giovani. “Inizialmente - ci spiega - il problema era capire come impostare il lavoro. Loro stessi erano spaesati. Abbiamo lavorato in primo luogo per creare una struttura verticistica. Serviva un metodo, per dar ali alle loro idee. E serviva anche

un leader, un capo-popolo che potesse fare sintesi delle diverse ed eterogenee idee che possono circolare fra molti settori produttivi. Ora posso dire che si sono effettivamente responsabilizzati, cresciuti. Sono diventati un gruppo unito. E infatti io stessa mi sono leggermente defilata, una volta impostato il lavoro: ho visto che erano in grado di camminare sulle loro gambe”. Fra le attività svolte, la visita all'Ocse di Parigi e l'incontro con l'assessore regionale Bolzonello, cui il Comitato ha presentato i suoi progetti.

Spinto da una forte motivazione, a soli 24 anni ha aperto la sua azienda, grazie ai terreni del nonno

STORIE DI IMPRENDITORI



GIOVANE IMPRENDITORE

Il dna di agricoltore

Nel giugno del 2015 ha avviato la conversione al biologico nella sua azienda "Tiare dal Gjal"

Mara Bon

"Produco quello che mangio". Con questa filosofia il giovane imprenditore agricolo Fabio Bolzicco ha deciso di convertirsi alla coltivazione biologica.

Nel giugno del 2015 ha avviato la conversione al biologico nella sua azienda "Tiare dal Gjal", in località Casali Gallo a Corno di Rosazzo (info@tiaredalgjal.com).

Oggi coltiva a biologico quasi 10 ettari, su complessivi 13, con diverse verdure nel rispetto della stagionalità: pomodori, cipolla, patate, lattuga, verzotti, radicchio, spinaci, zucchine, barbabietola, broccoli, cavolfiore, cetrioli, fagioli, fagiolini, finocchi, insalata, melanzane e piselli.

Fin da piccolo Fabio aveva nel dna la passione trasmessa dal nonno per il mondo agricolo e la terra. Proprio grazie ai campi ereditati del nonno, è arrivata l'occasione di trasformare il sogno in realtà. Spinto da una forte motivazione, a 24 anni, decide di aprire la sua azienda proprio in quei terreni.

"Mi è sempre piaciuto lavorare all'aperto - ha detto Fabio, oggi trentenne - avere la possibilità di produrre i propri prodotti e venderli direttamente".

Accantonata l'idea di dedicarsi al seminativo, Fabio si orienta fin da subito al settore orticolo.

Così si rimbecca le maniche e si dedica alla coltivazione dei frutti dell'orto. Gli inizi non sono facili. In un settore in cui è tutto nuovo per lui. Ma con determinazione, e grazie alla collaborazione dei genitori Renzo



Le sorelle Laura e Gessica, con l'aiuto di Denise, si dedicano allo spaccio aziendale, aperto tutte le mattine dal lunedì al sabato dalle 9 alle 12.30

e Fabiana e delle sorelle, ottiene soddisfazioni crescenti da parte della clientela, sempre più numerosa.

Dal 2010, data di costituzione dell'azienda agricola, Fabio si occupa direttamente della coltivazione orticola. Mentre le sorelle Laura e Gessica, con l'aiuto di Denise, si dedicano allo spaccio aziendale annesso, aperto tut-

te le mattine dal lunedì al sabato dalle 9 alle 12.30, e il pomeriggio di lunedì, mercoledì e venerdì dalle 15.30 alle 19. Oltre all'acquisto diretto, lo spaccio offre da quest'anno anche il servizio di consegne a domicilio. Dall'orto direttamente alla tavola con un click. Si effettuano consegne da Corno di Rosazzo a Cividale del Friuli, da Pradamano a Dolegna del Collio, da Mariano a Gorizia.

Sulla pagina facebook dell'azienda (<https://it-it.facebook.com/AzAgricolaTiareDalGjalDi-FabioBolzicco>) viene monitorato l'andamento dei lavori in campagna e il meteo. Viene continuamente aggiornata la maturazione e la raccolta della frutta e della verdura (dai primi pomodori cuore di bue alle albicocche ai



Fabio Bolzicco

peperoni). Nei giorni scorsi, infatti, è stato possibile ammirare in tempo reale il primo melone dello Judrio, stagione 2016. 100% naturale. Chi non ha tempo per sgranare i fagioli, può vederli sgranati direttamente da Laura. Inoltre in rete vengono pubblicate le foto dei piatti preparati dai clienti con i prodotti aziendali (come le melanzane ed erbe o le zucchine svuotate frigo).

La maggiore soddisfazione? "Ricevere l'apprezzamento della gente - risponde - vedere i clienti che tornano ad acquistare i prodotti". E da dove arrivano i suoi clienti? "La maggior parte è locale - commenta - ma diverse persone arrivano da fuori. Da Udine a Trieste. C'è tanto passaggio, grazie alla vicinanza al confine, soprattutto di persone dirette in Slovenia".

Quali sono i progetti per il futuro? "In cantiere ci sono diverse idee. "Mi piacerebbe - spiega Fabio - avviare una fattoria didattica. Inoltre vorremmo ristrutturare

un edificio da adibire ad agriturismo. E ancora, vorremmo migliorare il punto vendita". Oltre a sviluppare colture speciali, come quella di frumento antico per ricavarne farina pregiata. Fin dall'inizio Fabio aveva adottato un sistema di coltivazione che prevede pochi trattamenti chimici, fino ad approdare alla scelta del metodo biologico. E diventare azienda "sentinella" per l'Ersa.

Il metodo di produzione biologico è un sistema di gestione dell'impresa agricola che implica l'adozione di tecniche colturali idonee a preservare la struttura e gli equilibri micro-organici del terreno, l'esclusione dell'utilizzo di fertilizzanti ed antiparassitari di sintesi, l'utilizzo di varietà vegetali adatte all'ambiente specifico, il divieto di utilizzo di organismi geneticamente modificati ed il controllo, da parte di enti terzi autorizzati, su tutte le fasi della produzione, dalla lavorazione alla trasformazione dei prodotti orticoli.

Con tale metodo di produzione si punta a ridurre i rischi di contaminazione ed inquinamento dell'ambiente naturale, ad ottenere prodotti agricoli privi di residui chimici e a migliorare la composizione chimica, fisica e biologica del terreno. Occorre quindi attuare all'interno dell'azienda diverse attività complementari, soprattutto adottando una diversificazione nei sistemi colturali, usando antiparassitari e concimi di esclusiva derivazione naturale e scegliendo varietà vegetali adatte all'ecosistema locale.

ETICA & ECONOMIA

Coniugare etica e finanza

Parlare di etica e finanza senza fare i conti con l'attualità sarebbe come fare gli struzzi, come mettere la testa sotto la sabbia. Da alcuni mesi nel settore della finanza a tenere banco è l'incresciosa, a dir poco, situazione dei risparmiatori beffati.

Prima di tutto va, quindi, detto che territorio e istituzioni non possono tirarsi indietro dinanzi a eventi come quelli venuti a creare. Ma se è così le banche coinvolte non possono cavarsela sostenendo che quanto accaduto è solo figlio della crisi. Un atteggiamento etico corretto e accorto impone una primaria azione di responsabilità.

Anche in chi ha gestito o gestisce enti privati come le banche deve imporsi un'azione di responsabilità per cui chi ha sbagliato, magari con dolo o colpa grave, tanto per mutare termini propri del cosiddetto danno erariale, deve pagare.

Poi c'è l'aspetto, spesso disatteso, del non ripetere gli errori commessi, di attuare un controllo più efficace e corrispondente, preventivo, che permetta un intervento adeguato prima del tracollo. Un controllo che se deve giungere efficacemente da autorità preposte a un tanto come Banca d'Italia e Consob, non può trovare ignari o disinteressati le autorità locali, le associazioni, i gruppi di pensiero. Cosa suggerire allora?

Un banca popolare o locale non può che rimanere vicino all'economia reale, alle imprese del suo territorio. È stato così? Non sempre. Ma ciò è quanto va richiesto anche alzando la voce. E chi ricopre un ruolo politico lo faccia più di altri. Per riportare l'etica nella finanza e coniugare le due realtà occorre onestà, intelligenza, coscienza. Etica e finanza devono divenire i due lati della stessa medaglia. Altrimenti il tutto fallisce a danno di tanti.

La finanza non può essere fine a se stessa, ma al servizio e a supporto, come accennato, dell'economia reale come pure del sociale e dello sport per i giovani. Puntiamo a un senso di comunità e condivisione, pensiamo di più al noi piuttosto che all'ego. Fare soldi facili è sempre a scapito di altri. Occorre cambiare atteggiamento, ovvero chiedere a chi gestisce la finanza di modificare l'approccio. Non ci si riferisce alla beneficenza, all'elargizione di contributi, ma alle scelte di fondo, alle strategie complessive, alla volontà di favorire la gente, i loro risparmi, le loro aspettative. Coniugare etica e finanza è possibile se solo lo si vuole.

Daniele Damele

IMPRENDITORE STRANIERO

Il salone è in via Aquileia a Udine



Khaled Hammami

Nel cuore di borgo Aquileia, numero 78, in centro a Udine, Khaled Hammami, tunisino 40enne arrivato in Italia alcuni anni fa dalla capitale del suo Paese d'origine, ha realizzato il sogno coltivato sin da quando era bambino.

"Durante la mia infanzia a Tunisi - racconta - mi piaceva molto curiosare nelle botteghe dove i barbieri erano all'opera e pensavo: vorrei farlo anch'io quando sarò grande". E così, nel corso del 2013, Hammami ha aperto il suo primo salone in via Carducci, per poi trasferirsi in quello attuale, "Salone Khaled", appunto, nell'aprile del 2014.

Il negozio, di dimensioni contenute, ma accogliente e sempre animato da clienti di tutte le età, lo ha arredato lui, spiega mentre esegue un taglio "veloce". Sposato, con due figli, ha tutta la famiglia in Tunisia. "Vado a trovarli un paio di volte l'anno - dice -, e naturalmente sento molto la loro mancan-

za". Ma è questo un "sacrificio" che spesso si deve fare quando si sceglie di lavorare all'estero. Prima di fare il barbiere, Hammami è stato per diversi anni impiegato nel settore dell'imballaggio, nella zona di Manzano. A un certo punto, però, ha deciso di seguire la passione di una vita, assecondando il desiderio di quel bambino che correva per le strade di Tunisi.

Khaled offre il taglio dei capelli (per bambino, ragazzo, uomo), e "aggiusta" anche barbe e sopracciglia. Con il rasoio fa miracoli di "design" e dalle due poltrone del salone di via Aquileia il cliente si alza sempre "in ordine e profumato". "Mi piace stilizzare le capigliature e anche disegnare perfettamente le barbe, anche con il filo", spiega Khaled. Oltre al taglio, allo shampoo, allo scrub, Khaled offre anche questa tecnica orientale per l'epilazione di viso, orecchie e sopracciglia, che consiste nell'uso di un filo di cotone sapientemente maneggiato. La tradizio-

La passione di barbiere nata nelle strade di Tunisi

ne araba e mediorientale prevede anche "massaggi" della testa (durante il lavaggio) e anche impacchi della barba con l'asciugamano tiepido e acqua di rose. Un gioco da ragazzi, per Khaled, anche sagomare e sistemare i baffi, o ripulire bene il collo con l'affilato rasoio usato con destrezza e assoluta precisione. Nel salone di borgo Aquileia vengono utilizzati prodotti cosmetici di marca italiana, dalla cera alla crema, al gel per i capelli.

Quando alla clientela, Hammami fa sapere che "si divide in pratica a metà: il 50% è rappresentato da nordafricani e mediorientali, l'altro 50% da italiani o da altri cittadini immigrati appartenenti a diverse nazionalità".

In Friuli, Khaled si trova perfettamente a suo agio. "Mi sono sempre sentito bene accolto qui - commenta - e davvero non ho mai incontrato reazioni negative o di diffidenza". Tanto che il barbiere arabo intrattiene rapporti di ottimo vicinato con gli altri negozianti ed esercenti di via Aquileia. "In questa zona tutti mi conoscono e mi salutano - aggiunge - e si respira un clima decisamente buono sotto tutti i punti di vista". Felice delle opportunità di lavoro che ha avuto in Italia, Hammami non nasconde, però, di incontrare

le "classiche" difficoltà che tutti gli artigiani hanno nel portare avanti la propria attività, in particolare, a causa delle "spese fisse che sono sempre in crescita". Tuttavia, è molto fiero del suo percorso imprenditoriale e spera in una continuità "generazionale". "Un giorno magari - confessa -, questo mestiere potrebbe piacere a mio figlio". Pur amando molto il suo Paese d'origine e avvertendo spesso una certa nostalgia, Khaled per il

Disponibile anche la domenica, pure a domicilio, e anche alle 7 del mattino o alle 9 di sera

momento intende restare a lavorare in Italia e in futuro potrebbe anche pensare di "ampliare l'attività, forse spostandomi in un salone più grande".

La zona di borgo Aquileia e l'attiguo borgo stazione, "sono molto animate e quindi si fanno buoni affari - spiega il barbiere tunisino - e personalmente lavoro molto bene anche quando ci sono le manifestazioni cittadine come Friuli Doc o Udine Europa".

Per avere successo nel suo mestiere, Hammami suggerisce "pazienza e disponibilità", perché l'obiettivo è soddisfare le diverse esigenze dei clienti, i loro gusti soggettivi. "Senza alcuna differenza di trattamento - sottolinea -, perché la porta è sempre aperta per tutti". Da Khaled, il servizio è ottimo, ma a un prezzo normale, "alla portata di tutte le tasche", rileva il titolare. Il salone (tel. 340 5506359) è aperto dal lunedì al sabato dalle 8.30 alle 13 e dalle 14 alle 20 (nel corso del Ramadan, non ci sono variazioni di orari). Ma a Khaled piace ricordare che "quando mi chiamano per un'emergenza, sono disponibile anche la domenica, pure a domicilio, e anche alle 7 del mattino o alle 9 di sera". In particolare, il servizio a domicilio è disponibile (su prenotazione) a Udine e dintorni, per tutte le persone anziane con difficoltà di deambulazione o per chi si trova in una condizione di disabilità temporanea o permanente. Tra i "plus" del periodo estivo, il fatto che il salone sarà aperto anche per tutto il mese di agosto. "Tra gli aspetti interessanti - conclude Khaled - ci sono anche l'aria condizionata e l'ambiente rilassante, dove è possibile trascorrere del tempo in relax, ascoltando buona musica araba".

Alberto Rochira

Una architetto e l'altra interior designer: un giorno la decisione di cambiare vita e buttarsi nella ristorazione

DONNE IMPRENDITRICI



LE IMPRENDITRICI

Fantasia vegetarianiana

L'Ortofficina propone piatti attraverso l'uso delle erbe aromatiche, delle spezie e della frutta secca

Raffaella Mestroni

La ristorazione, oggi, offre una scelta praticamente infinita, in grado di soddisfare i palati più esigenti e le più disparate preferenze. C'è la cucina tipica che si attiene rigorosamente alle ricette della tradizione, quella - sempre tipica - ma rivisitata in chiave nuove delle cucine, quella etnica corretta in salsa italiana, quella vegetariana rigorosa e quella vegana rigorosissima. E poi c'è quella dell'Ortofficina, made Monica e Francesca con le personalissime declinazioni. D'altronde è il cuoco a far la differenza, vero o no? L'Ortofficina, in via Aquileia 24/a, a Udine, propone piatti vegetariani e vegani addizionati appunto dalla fantasia di Monica e Francesca che non hanno certo paura di sperimentare, a cominciare dalla formula scelta per il loro locale: aperto cinque giorni su sette dalle 10,00 alle 16,00. Un modello "importato" dalla Francia, anzi da Parigi per l'esattezza, dove va per la maggiore, ma presente anche in qualche altra località italiana perché - diciamo la verità - se il desiderio di mangiare bene e in modo sano è sempre più diffuso, il tempo a disposizione per cucinare purtroppo è sempre meno e quindi: ben venga la cucina per asporto!, meglio ancora se vegetariana, appunto. La scommessa, insomma, ha funzionato subito e a distanza di poco più di tre mesi dall'apertura l'Ortofficina lavora a pieno ritmo. Il posto è davvero bello.



Francesca Bragadin e Monica Bordonaro

CURIOSITÀ

In attesa del contributo Pisus

La clientela dell'Ortofficina è variegata assai e va dai distinti manager che pur di trovare un posto libero si presentano già a mezzogiorno, ai giovani trafelati con poco tempo a disposizione ma dal sano appetito, ai tanti che per la pausa pranzo scelgono la variante vegetariana rispetto al fast food, fino alle signore di una certa età che passano, si fermano a mangiare e già che ci sono acquistano anche la cena, perché il loro tempo lo vogliono dedicare ad altro. Sono più che soddisfatte quindi, Monica e Francesca e il loro entusiasmo lo di-

mostrano tutto. Felici di essere protagoniste della loro attività, sorprese in positivo dall'accoglienza della via, determinate a consolidare la loro nicchia di mercato, non nascondono però gli ostacoli che hanno dovuto superare: i tempi della burocrazia che non coincidono con quelli dell'economia, in primis. «Siamo rientrate fra le imprese ritenute meritevoli di un contributo all'interno del progetto Pisus - spiega Daniela - contributo che non è ancora arrivato perché - pare - c'è stato un ricorso che ha "congelato" tutto. Certo non è colpa del Comune, ma il sistema così

com'è risulta penalizzante soprattutto per le imprese piccole come la nostra, che rappresentano però la quota maggiore del commercio in città». «Le idee nuove dell'Amministrazione comunale e le proposte interessanti delle associazioni di categoria anche ci sono - proseguono - ma la rigidità insita nella struttura pubblica e le lentezze burocratiche dimezzano i benefici». Un esempio? Udine App, un'applicazione sviluppata per riunire l'offerta commerciale e turistica. Peccato che per aggiornarla i tempi siano sconosciuti. «Ma la stagione turistica è adesso», sottolinea.

Confortevole, arredato con raffinata semplicità, profumato dagli aromi leggeri di ciò che c'è sui fornelli, suggerisce sommessamente al cliente che una pausa proprio ci vuole. Francesca Bragadin architetto e Monica Bordonaro interior design, amiche di lunga data e colleghe di lavoro in una grande azienda, un bel giorno hanno deciso di trasferire la loro "colleganza" in tutt'altro ambito: la ristorazione. Capita sempre più spesso che un'amicitia nata sul lavoro si trasformi in un progetto d'impresa, in particolare fra le donne. Abituate a condividere interessi e sogni nel privato, le donne non fanno fatica a riproporlo sotto forma d'impresa e di solito pure funziona. Così è stato per Francesca e Monica, che a un certo punto della vita hanno scelto di investire su di loro e sulle loro capacità, lasciando un posto di lavoro sicuro per aprire un'attività in proprio. «L'idea era in gestazione da tempo - raccontano ridendo - diciamo dal 2014, ma il progetto è nato veramente nel 2015, anno in cui abbiamo cominciato a setacciare la città a caccia di uno spazio adatto. Non è stata una ricerca semplice per molte ragioni. Dalla più banale - affitti impossibili - alla più complessa, la necessità di trovare un proprietario che ci permettesse di effettuare tutti i lavori di ristrutturazione per rendere adeguato il locale all'uso che volevamo farne». Alla fine la peregrinazione è andata a buon fine e lo spazio di via Aquileia si è rivelato perfet-



Una architetto e l'altra interior designer: con la passione per la cucina veg, un giorno la decisione di cambiare vita

to per le loro esigenze "perché non aveva quasi nulla di quello che ci serviva - ridono ancora - salvo la canna fumaria, ma la metratura era perfetta e il proprietario si è rivelato una persona disponibile". E allora via alla progettazione prima (fatta da loro, ovviamente) e ai lavori poi. Contratto firmato in novembre (2015) locale aperto a metà aprile 2016. Una fatica, ma entusiasmante. «Sì, è proprio una gran soddisfazione proporre la nostra particolare interpretazione dei piatti nazionali e internazionali vegetariani e vegani ma rivisitati attraverso l'uso delle erbe aromatiche, delle spezie, della frutta secca e dei legumi, tutti rigorosamente di produzione locale. La cosa che ci ha gratificato di più? La presenza, quasi fissa a mezzogiorno, di una signora che si occupa di catering, che ci ha scelte come punto di riferimento per la sua pausa pranzo».

LE IMPRENDITRICI/2

Tre donne ai vertici dell'edilizia

Innovazione, espansione e ricerca continua di nuovi prodotti capaci di coniugare ai massimi standard di qualità e resistenza connotati di assoluta ecosostenibilità. Forte degli oltre 52 anni di storia alle spalle la Molinaro Manifatturi srl è oggi un punto di riferimento nel panorama friulano per chi cerca manufatti di qualità con un servizio impeccabile "chiavi in mano" con la posa qualificata. Fondata nel 1964 da Mirco Molinaro a Cimano di San Daniele, quella nata come un'azienda familiare è oggi una realtà industriale affermata con il punto vendita a Cimano e lo stabilimento produttivo a Pozzuolo del Friuli. Un passaggio di testimone ufficiale non c'è ancora stato ma, nei fatti, papà Mirco ha messo le redini nelle mani delle figlie e del figlio. E se Michele è responsabile dello stabilimento di Pozzuolo, Daniela è direttore generale, Mery direttore commerciale e Nadia responsabile logistica, movimentazione magazzino e trasporti. Le Molinaro sono assolutamente quello che meno ti aspetti di trovare in un'azienda di questo settore. Ad accomunarle un piglio deciso, una gentilezza sincera, uno spiccato senso pratico e la voglia di fare sempre di più e meglio. Una delle cose che si capiscono subito parlando con il direttore Daniela è che in azienda sono ancora ben radicati i valori che hanno fatto conoscere ad ogni

latitudine i friulani: un impegno a fare cose straordinarie, ma senza troppa enfasi, senza clamore. Parlando con loro mai una volta che emerga negatività o scoramento per un momento, quello che attualmente sta passando l'edilizia, non



Daniela, Mery e Nadia Molinaro

certo facile. Alla Molinaro Manifatturi srl si è troppo presi a cercare di anticipare quelle che saranno le tendenze del futuro sia in tema di design che di ecosostenibilità. «La crisi c'è - spiega Daniela - ma si va avanti comunque. In questo momento noi stiamo guardando a prodotti innovativi coinvolgendo nei processi di ricerca importanti poli tecnologici regionali». A rivolgersi al punto vendita di Cimano progettisti, ma soprattutto aziende edili, immobiliari, stradali, ma anche il rivenditore privato. Mentre

parliamo, nel piazzale c'è un grosso camion che deve caricare, ha fretta. Nessun problema, Nadia accende il muletto e carica come se fossero mattoncini Lego pallet di decine di quintali. «Nessuno si è mai fatto meraviglia del fatto che qua siamo per la maggior parte donne - spiega Daniela - abbiamo sempre dato una mano a papà in azienda. Qua i nostri clienti sanno di trovare professionalità e prodotti di qualità vera. E questo permette di superare qualunque pregiudizio». Una famiglia forte anche perché forte è il legame che li unisce. «Ci possono essere diversità di vedute - spiega Daniela - ma quello che ci ha sempre unito è la nostra capacità di ascoltarci: dalle diversità di vedute sono sempre uscite idee e di successo». Ricerca e innovazione hanno permesso alla Molinaro Manifatturi srl di disporre di un ventaglio vastissimo di manufatti certificati: dai blocchi per muri a secco, ai blocchi tecnici fermascarpata/contenimento terra, a masselli filtranti e drenanti e fotocatalitici "mangia-smog", grigliati erbosi, cordoli stradali, elementi d'arredo urbano per spazi verdi e giardini, fino alle ultime nate: le lastre in calcestruzzo per la pavimentazione carrabile. «Tutti i nostri prodotti - continua Daniela - hanno qualcosa di noi. E questa continua ad essere uno dei nostri punti di forza».

Anna Casasola

EDITORIA

Il fiume Stella e la sua comunità

I corsi fluviali nella stagione estiva assumono un valore in più perché la loro presenza offre un senso di frescura, di tranquillità e di piacere. Ed è in questa stagione che vengono organizzate delle mini crociere per conoscere queste vie d'acqua e assaporare il fascino che emanano.

Il percorso natura sul fiume Stella ha una grande valenza didattica. Nasce dall'esigenza di far conoscere e salvaguardare alcuni ambiti del territorio interessanti sotto il profilo naturalistico. Uno dei metodi educativamente più efficaci per valorizzare un'area di pregio ambientale è quello di renderla fruibile al pubblico senza modificarne gli usi esistenti, dando invece l'opportunità al visitatore di scoprire con l'aiuto di alcune indicazioni gli aspetti più rappresentativi della realtà che ci circonda. C'è un libro dal titolo "L'Uomo e lo Stella", edizioni "la bassa", che spiega, illustra, esamina tutte le particolarità di questo fiume. Il filo conduttore, si dice nella premessa, sono le vicende di una comunità, con i suoi paesi, i suoi borghi, che è vissuta e vive ancora lungo le sponde di un fiume particolare, di risorgiva, che nasce in pianura, in una zona di raccordo tra il Medio Friuli e la Bassa friulana, quasi di nascosto e che man mano si ingrossa e sfocia nell'ambiente incantato e di rara bellezza della laguna di Marano. Autore di que-

sta pubblicazione è Giuliano Bini che ha dato vita ad un volume, con molte fotografie inedite, e che analizza, per capitoli, gli argomenti che sono: "Il primo uomo e lo Stella", "I porti e la navigazione", "Nautica da diporto e turismo", "Dallo Stella il



giro del mondo dello Janeris", "Navigatori, mercati e barcaioli", "La pesca", "Beveradòrs e lavadòrs", "Guadi, passi e traghetti", "I ponti", "Le alluvioni", "Tagli e argini", "Il cantiere navale di Precenico", "Giavadòrs di rudine", "Tutela ambientale", "Sport, bagni e giochi nel fiume", "Inomi del fiume", "Ricerca archeologica subacquea", "Lo Stella e l'arte", "Note di altra architettura civile sul fiume" e l'ultimo capitolo

"In flumine submersus". Già dalla elencazione dei capitoli si evince che l'autore Giuliano Bini tratta l'argomento in tutte le sue particolarità e sfaccettature considerando che le storie di una comunità e di una entità determinante per questa comunità vanno ricordate, intrecciate fra loro per coglierne a pieno il significato. Con molto acume e pignoleria Bini parla dello Stella come creatura vivente, pulsante e piena di vita in tutte le stagioni. Lo Stella ha acque che scorrono tranquille e la natura è riuscita a creare intorno ad esso un paesaggio di encomiabile bellezza. È il più importante fiume di risorgiva friulana. Ha origine da una serie innumerevole di piccole sorgenti chiamate, a seconda della loro tipologia, oie e fontanili. Le piccole rogge alimentano prima il Taglio, la Torsa e il Corno che poi confluiscono nello Stella. Il bacino di alimentazione del fiume, molto esteso, e la costanza delle sue sorgenti garantiscono una buona portata in tutti i periodi dell'anno indipendentemente dalle precipitazioni atmosferiche. Proprio di recente il fiume Stella è stato motivo di un programma di appuntamenti, un viaggio fra storia, cultura e bellezza lungo oltre 500 anni. Per tutto il mese di giugno si sono alternati degli incontri che hanno valorizzato il fiume e raccontato alcune storie legate ad esso. Silvano Bertossi

Il bilancio dei quattro anni del primo ufficio consolare in Italia all'interno dell'ente camerale

CONSOLATI IN CCIAA



CANADA

Un legame fortissimo

Un migliaio di richieste l'anno al consolato canadese: grandi chance oltreoceano per privati e imprese

Chiara Pippo

Il 6 agosto saranno quattro anni che il Consolato Canadese ha aperto le sue porte a Udine, al quinto piano della Camera di Commercio. «Prima in Italia ad aver capito l'importanza, grazie al presidente Giovanni Da Pozzo, di avere un ufficio consolare all'interno dell'ente camerale, impareggiabile strumento per valorizzare le relazioni economiche e culturali di imprese, studenti e istituzioni, tra Fvg e Canada, in modo diretto ed efficace», ci tiene a sottolineare il console onorario, Primo Ivo Di Luca, che guida l'ufficio fin dall'apertura (consul.canada.udine@gmail.com per prenotare un appuntamento in sede). Friulo-canadese doc, Di Luca è partito da solo nel 1954 da Codroipo, a 15 anni, ed è sbarcato a Toronto dove ha cominciato a lavorare come manovale in un'impresa edile ed è arrivato poi a dare vita a un'azienda tutta sua, diventata uno dei primari Gruppi dell'economia canadese, nel settore costruzioni e sviluppo. Di Luca ha sempre portato avanti in parallelo un'intensa attività sociale, qualità e capacità che l'hanno reso un punto di riferimento nella comunità canadese, dei friulani e non solo.

Come stanno andando questi primi anni di Consolato a Udine?

Si lavora molto e bene. E si collabora al meglio con il personale della Camera di Commercio. Il collegamento con il mondo delle imprese è davvero importante nella nostra attività e ci permet-



Di Luca all'inaugurazione del consolato nel 2012 e al lavoro nell'ufficio al 5° piano

Con l'accordo Ceta tutto sarà ancora più facilitato nei rapporti economici fra Unione Europea e Canada, con l'abbattimento dei dazi

te anche di realizzare iniziative e progetti di internazionalizzazione insieme, con maggior competenze ed efficacia.

E che risposta c'è dal Friuli?

Enorme a dir poco. Il flusso di persone è costante. Gestiamo più di un migliaio di richieste l'anno: tantissime ci arrivano via mail, e in più ci sono almeno una quindicina di persone che ogni settimana si rivolgono fisicamente all'ufficio, per ottenere informazioni o richiedere i servizi del consolato. **Privati o imprese?**

Entrambi: imprese che vogliono capire come ampliare i pro-



pri orizzonti d'affari in Canada e cittadini che vogliono soprattutto studiare o lavorare in Canada, non solo andarvi per turismo. Non si tratta tanto di disoccupati, quanto di personale qualificato o liberi professionisti in cerca di nuove chance.

Quali settori possono avere più successo sul mercato canadese?

Moltissimi, a partire dalla manifattura o dalle imprese che fanno prodotti per la casa, prodotti ad alta specializzazione, nuove tecnologie, innovazione. Le opportunità comunque ci sono in tutti i comparti e con l'accordo Ceta, ora praticamente in fase di attivazione, tutto sarà ancora più facilitato nei rapporti economici fra Unione Europea e Canada, con

l'abbattimento dei dazi, la promozione degli investimenti e l'apertura della partecipazione agli appalti. Ci sono possibilità anche per le piccole imprese che fanno qualità e specialità, anche se hanno la capacità di mettersi in rete e offrire servizi completi.

Il legame Friuli-Canada?

È ancora fortissimo. E la presenza del consolato ha significato non solo a livello pratico-operativo, ma anche per la rappresentanza e per mantenere vivo lo scambio culturale. Ci sono tanti studenti che vogliono fare un'esperienza formativa in Canada e si rivolgono a noi: ciò contribuisce valorizzare e a rinnovare costantemente i nostri legami. E la comunità di tutto il Fvg ha

un'attenzione altissima verso il Consolato, che viene coinvolto nelle principali iniziative, dei Comuni, delle istituzioni economiche, dell'università. E viceversa. **L'interesse del Canada per il Friuli è infatti crescente.**

Solo per fare un esempio, questa primavera si è tenuta una missione di grande successo, grazie anche al servizio del Desk, di imprenditori friulani in Canada. E pochissimi giorni dopo, l'ambasciatore in Italia McGovern è stato in Friuli per presentare le opportunità alle imprese e per conoscere le principali istituzioni. C'è una ricchezza di scambi enorme, sicuramente ottima per le nostre economie e per la nostra storica amicizia.

L'AMBASCIATORE

"È il momento giusto per collaborare"

Fvg-Canada: è questo il momento giusto per collaborare. Lo ha ribadito l'ambasciatore canadese Peter McGovern, in visita in regione, dove ha incontrato i principali rappresentanti istituzionali e ha approfondito, in Cciao, le opportunità per le imprese friulane, accompagnato dal Minister counsellor Jan Sczaghino. L'accordo Ceta tra Unione Europea e Canada, di prossima operatività, azzererà, nei prossimi anni, i dazi doganali e amplierà le opportunità commerciali tra le due aree, contribuendo a tutelare l'originalità e la qualità di innovazioni e prodotti tradizionali dell'Ue, e favorirà gli investimenti e la partecipazione agli appalti pubblici. Entrare nel mercato canadese non significa entrare "solo" in Canada, ma arrivare anche negli Stati Uniti. Lo sanno bene in Cciao Udine, che da anni rafforza le già ottime collaborazioni tra Fvg e Canada (676 aziende friulane coinvolte in seminari, checkup, missioni e incoming in 7 annualità di progetti). La visita del rappresentante diplomatico in Fvg è stata organizzata dal Consolato canadese di Udine guidato da Primo Ivo Di Luca.

RUSSIA

Fryazino, la Silicon valley russa

Opportunità per le imprese delle nuove tecnologie, dell'innovazione e della ricerca. Ma anche di altri settori, dall'agroalimentare al settore casa ai servizi, che dimostrano di avere una componente innovativa. Le offre, permettendo di non incorrere nelle limitazioni imposte dal "doppio" embargo, Fryazino, a una cinquantina di chilometri da Mosca. Considerata la Silicon Valley russa, il Governo, con decreto, ne ha istituito la Città della Scienza e punta a svilupparla come nuova locomotiva del 21esimo secolo per l'intera Federazione. Vi ha infatti già avviato un'area economica speciale e tax free per le realtà produttive innovative che vi si insediano, scegliendo di operare insieme. Con l'occasione del gemellaggio con Resia, una delegazione di autorità istituzionali, economiche e di rappresentanti di imprese di Fryazino è arrivata in giugno, in Camera di Commercio a Udine, per un incontro con le aziende friulane organizzate assieme al Consolato della Federazione russa, uno dei sei italiani, guidato da Carlo Dall'Ava. «Mi auguro - ha evidenziato il console onorario - sia l'inizio di un percorso che ci aiuterà a crescere, ad aumentare anche la presenza di turisti e imprenditori russi sul nostro territorio». Questo, nonostante le indubbie difficoltà causate dagli embarghi, che il console ha auspicato si possano risolvere prestissimo



L'incontro in Cciao

per non penalizzare ulteriormente l'economia. Sanzioni i cui effetti possono essere però mitigati con la nuova strategia "Made with Italy", che hanno presentato i rappresentanti di Fryazino. «In questo modo - ha evidenziato il sindaco Igor Sergeev -, nella nostra zona economica libera, possiamo lavorare insieme, con un feedback positivo per entrambe le parti». A spiegare le modalità di collaborazione e i settori di specializzazione di Fryazino è stato il presidente della Camera di Commercio locale Konstantin Rusakov e a fare gli onori di casa in Sala Valduga è stata la componente di giunta camerale Lucia Piu, che ha evidenziato l'importanza di considerare anche aree magari meno conosciute delle più abituali Mosca e San Pietroburgo, perché racchiudono opportunità per le imprese non reperibili altrove.

INTERVISTA AL CONSOLE CARLO DALL'AVA

"La Russia è una ricchezza, nonostante l'embargo"

Si deve pensare in grande. Perché l'Italia, ma soprattutto il Friuli, ha delle belle carte da giocare per rafforzare ulteriormente i rapporti commerciali con la Russia. Deve esserci una maggiore consapevolezza però tra le istituzioni regionali, gli operatori e gli imprenditori stessi. Serve un gioco di squadra. Servono, innanzitutto, investimenti per migliorare i collegamenti aerei e i trasferimenti via gomma. Molto è stato fatto, ma molto ancora si può fare. Parola di Carlo Dall'Ava, imprenditore friulano, produttore del prosciutto Dok Dall'Ava, a capo del consolato onorario della Federazione Russa inaugurato a Udine il 21 settembre 2015. In questo anno «al di là della normale attività di assistenza istituzionale ai cittadini russi residenti in Regione ci siamo mossi per stringere delle relazioni e un gemellaggio con la Silicon valley russa Fryazino, un'area economica speciale e tax free per le realtà produttive innovative che vi si insediano, ci siamo adoperati per varie aziende friulane con ottimi successi, stiamo cercando di avere l'ufficio visti a Udine per offrire un servizio maggiore alle nostre imprese. Insomma stiamo lavorando molto

ma in silenzio». Un Paese dalle mille opportunità, la Russia. Le difficoltà causate dagli embarghi ci sono, non c'è dubbio. Ma questi blocchi «che devono essere tolti perché la Russia è molto più vicina all'Europa di tanti altri Paesi» possono essere in qualche modo mitigati proprio attraverso le nuove



forme di collaborazione avviate nelle zone economiche libere attraverso la strategia del "Made with Italy" cioè del lavorare insieme. Obiettivo, dunque, è quello di cooperare nonostante l'embargo. «Speriamo che finisca la cecità da parte della Comunità europea - aggiunge il console onorario - perché ha messo in ginocchio diversi settori come l'agricoltura e una parte della meccanica che esportavano verso la Rus-

sia senza parlare del food per cui c'è un blocco totale». Nonostante le difficoltà, per primo deve essere lo stesso Friuli a crederci. Iniziano a puntare realmente sul turismo. Del resto la nostra Regione rappresenta la porta più a Est, il primo luogo che i cittadini e gli imprenditori russi conoscono arrivando in Italia. «I russi amano l'Italia - continua Dall'Ava - e noi siamo la prima Regione che incontrano. Innanzitutto bisogna decidere che turismo russo si vuole avere, se quello di massa o elitario. Per quanto riguarda Lignano, per esempio, possiamo puntare a una via di mezzo. Non è Porto Cervo ma possiamo dire la nostra. Ovviamente si devono riqualificare e aggiornare i servizi per renderli più moderni cercando di dare quello che il turista vuole e soddisfare così le sue esigenze. Speriamo di averne sempre di più come turisti. Non dico che si dovrebbe togliere il visto ma questo rimane un sogno nel cassetto». Insomma, «il Friuli ha delle eccellenze in tutti i settori, sia da un punto di vista industriale che immobiliare. Dobbiamo essere convinti di quello che facciamo e preparare il terreno senza fare proclami a vuoto».

Viviana Zamarian

LE OPPORTUNITÀ

Volta l'export di mobili e di macchine speciali

Paese in cui investire, la Russia. Nei più diversi settori. L'export Fvg-Russia è rappresentato in particolare dai mobili e da macchine per impieghi generali e speciali. Ma il ventaglio delle possibilità è molto ampio. Grazie al nuovo gemellaggio con Fryazino, già centro di eccellenza nel settore aerospaziale e dell'elettronica, le imprese friulane potranno contribuire ad aumentare la specializzazione nell'innovazione, nella ricerca e anche per il miglioramento delle infrastrutture. In particolare le aziende made in Friuli già protagoniste di missioni di affari a Mosca, supportate dalla Camera di Commercio di Udine e di Gorizia, hanno rappresentato i settori della meccanica, vitivinicolo, arredo, plastica e gomma, architettura, logistica e alimentare. Insomma le possibilità di poter investire e di poter stringere collaborazioni importanti non mancano. Anche perché i riscontri delle imprese friulane ai vari meeting d'affari sono stati ottimi. Una strada, insomma, da perseguire e su cui puntare con decisione e convinzione. (v.z.)

Ha deciso di affidarsi alla Camera di Commercio che, grazie alle opportunità offerte dal Fondo perequativo, l'ha messa sulla strada giusta

CAMERA DI COMMERCIO



IL CASO

"Così è rinato il locale"

Claudia della Mea era dipendente di una pizzeria poi chiusa. Ecco come l'ha fatta ripartire

Luciano Patat

Una vita passata in quel locale. E poi, quando la proprietà decide di chiudere, un tuffo al cuore e un pizzico di sconforto. Dura poco, però: lei non si perde d'animo e decide di diventare imprenditrice, riavviando l'attività.

È la bella storia di Claudia Della Mea, 52 anni, che dallo scorso 30 giugno ha riaperto la pizzeria al trancio del Centro Commerciale Friuli di via Nazionale 127, a Tavagnacco. Lei, del resto, qui ci aveva lasciato un pezzo di cuore: ha lavorato nell'esercizio commerciale per 23 anni e quelle mura, per lei, sono diventate una seconda casa. «Lo scorso anno - racconta Claudia - l'azienda che gestiva il punto vendita ci ha comunicato la volontà di chiudere, con la volontà di fare altre scelte imprenditoriali. Nel novembre 2015 le serrande si sono abbassate».

Un pezzetto della sua vita era alle spalle, ma lei ha deciso di non gettare la spugna. «Io a questo negozio voglio bene, ci ho passato tanto tempo ed è come se l'avessi gestito in prima persona - sottolinea Della Mea -. In più, mi dispiaceva perdere anche i tanti clienti affezionati che ci hanno scelti per anni. Così ci ho pensato su, ma non troppo: in breve ho deciso di rimettermi in gioco».

Dopo tanti anni di lavoro come dipendente, però, Claudia aveva bisogno di solide basi sulle quali appoggiarsi. Diventando imprenditrice a tutti gli effetti, ha deciso di affidarsi alla Camera di Commercio di Udine che, grazie alle opportunità offerte dal Fondo perequativo, l'ha messa sulla strada giusta. «Come prima cosa - svela Della Mea - ho contat-



Ha lavorato nell'esercizio commerciale di Tavagnacco per 23 anni e quelle mura, per lei, sono diventate una seconda casa

tato il Punto Nuova Impresa per ottenere informazioni su come aprire un'attività e acquisire gli strumenti per avviare un'attività. In maniera pratica, come si è sviluppato l'iter?

«Tutto è partito con un corso della durata di una trentina di ore e che si è rivelato utilissimo, dandomi tante sicurezze in più per aprire in maniera "consapevole". In più, avevo tanta voglia di continuare a fare un lavoro che mi piace: unendo questi aspetti è nato un mix vincente, dandomi lo slancio per buttarmi in questa nuova avventura. Consiglio a chi ci cre-

de davvero di non avere dubbi e "lanciarsi" nella gestione in prima persona di un'attività, magari con il fondamentale supporto della Camera di Commercio». Quali nozioni le sono risultate particolarmente utili durante il corso?

«Quelle burocratiche, soprattutto: ci sono davvero tante cose da sapere e il percorso in Camera di commercio ha diradato parecchie nubi. L'iniziativa, poi, mi ha consentito di scegliere il tipo di impresa più adatta per me. Inoltre, oltre alle lezioni abbiamo potuto accedere a delle consulenze con esperti (consulenti del lavoro, commercialisti, eccetera). Insomma, una formazione davvero a 360 gradi. Mi sento preparata e per questo voglio rivolgere un plauso ai docenti del corso: sono stati molto bravi ed esaurienti». Dal 30 giugno scorso la sua avventura è partita: ci descrive in poche parole la sua attività commerciale?

«Ho mantenuto sostanzialmen-

te l'impronta precedente. Si tratta di una pizzeria al trancio, ma abbiamo anche snack di pollo o verdure e fritti, abbiniamo il tutto con dei menu, proponendo pizza, bevanda e magari delle olive all'ascolana, oppure un dolce. Per scelta, ho preferito mantenere inalterata la struttura, così come la proposta gastronomica».

«Principalmente a quella che, lavorando in una delle numerose attività presenti in zona, ha poco tempo e bisogno di una pausa pranzo veloce. Durante la settimana il nostro orario di lavoro va indicativamente dalle 11 alle 17, mentre il sabato e durante le pre-festività tengo aperto per tutto il giorno. Non mancano gli austriaci e altri turisti di oltre confine che vengono da queste parti a farsi un giro, molti dei quali affezionati al "vecchio" negozio. Credo nelle potenzialità del Centro Commerciale Friuli e sono convinta che la mia attività contribuirà a renderlo ancora più accogliente».

Quali i primissimi riscontri dopo la riapertura?

«Molti clienti non erano più abituati a venire qui, complici i mesi di chiusura dell'ultimo periodo. Proponendo prodotti di qualità, con la cortesia di sempre, mi attiverò tramite i social media, con dei volantini pubblicitari e tramite i canali più disparati, affinché la clientela torni in negozio».

Claudia ha dalla sua un entusiasmo contagioso, ma anche l'amore per un negozio che, per oltre due decenni, è stato davvero "un pezzo di cuore". Un filo che non si è spezzato nemmeno quando il destino dell'esercizio commerciale sembrava segnato. E questa unione speciale sembra destinata a durare ancora molto a lungo.

CATAS

La neonata certificazione per le attrezzature dei parchi giochi

Dal 2013 Catas ha ampliato la sua gamma di servizi offrendo anche verifiche e prove sulle attrezzature per parchi gioco. Nel 2015 un'azienda del Trentino-Alto Adige ha ottenuto la prima certificazione di prodotto su attrezzature per parchi gioco, il Catas Quality Award PG n. 01. La messa a punto di questo nuovo schema certificativo è il risultato di un lavoro che ha impegnato molto i tecnici e li ha resi ancora più competenti nel supporto alle aziende che con la certificazione si possono presentare ancora più competitive sul mercato.

La certificazione permette infatti di: mantenere sotto controllo i processi produttivi; valorizzare la qualità dei propri prodotti; fornire agli enti pubblici un attestato rilasciato da organismo di terza parte; presentarsi alle famiglie come produttori di giochi sicuri. Questo è possibile perché un ente indipendente, come Catas, attua controlli periodici ed accurati sul prodotto, verifica i requisiti di sicurezza, resistenza e durata in conformità alle norme europee della serie En 1176.

Tali norme hanno lo scopo di assicurare un livello adeguato di sicurezza minimizzando i rischi che i bambini affrontano giocando e che potrebbero avere conseguenze fatali o debilitanti (per esempio il contatto con sostanze tossiche o gli incidenti da cadute e da intrappolamenti). Infatti si riferiscono alla confor-

mità dei materiali, alla sicurezza, all'integrità strutturale e all'installazione.

La parte 1 della serie En 1176 considera tutte le attrezzature e le superfici per aree gioco mentre le norme della stessa serie considerano dei requisiti aggiuntivi di sicurezza in funzione della specifica attrezzatura.



Le En 1176 pubblicate nel 2008 sono molto articolate e complesse e, tranne la parte 11 aggiornata nel 2014, la maggioranza è ora in fase di revisione. Al Comitato tecnico 020, Gruppo di Lavoro 17: Giochi per Parchi di Uni, per la revisione della norma partecipa anche CATAS con un suo tecnico. La parte 1 potrebbe subire modifiche molto importanti: una di queste prevederà la verifica delle aree di impatto e delle superfici di caduta dopo il montaggio e prima dell'apertura al pubblico. Catas, con la sua esperienza ventennale, può aiutare le aziende a presentarsi sul mercato ancora più competenti e con un prodotto arricchito di valore aggiunto.

IMPRESA INNOVATIVA TECNICHE ORGANIZZATIVE PER L'ACCELERAZIONE DELL'INNOVAZIONE E DEL CAMBIAMENTO

Il corso ha come obiettivo la formazione di figure professionali in grado di comprendere come le nuove tecnologie esponenziali sono in grado di accelerare i processi di innovazione industriale in uno specifico ambito di business, applicando il modello organizzativo più adatto a supportare i processi di innovazione.

Date previste: **settembre**
Orario: **18.00 - 21.00**
Docente: **Davide Bearzi**
Durata: **60 ore**
Certificato: **Attestato di frequenza**
Informazioni: **daniela.morgante@ud.camcom.it**



Corsi



TECNICHE DI MARKETING DIGITALE

Il corso mira alla qualificazione dei partecipanti attraverso l'apprendimento di competenze tecnico-professionali, spesso integrative di quelle già possedute, ma immediatamente spendibili nel mondo del lavoro.

Si propone di generare occupazione attraverso la formazione di competenze digitali carenti sul mercato del lavoro, per offrire alle imprese le competenze tecnico professionali di cui necessitano.

Per partecipare al corso è necessario iscriversi al programma PIPOL presso il Centro per l'Impiego

Date previste: **ottobre**
Orario: **09.00 - 13.00**
Durata: **140 ore di aula e 280 ore di stage**
Certificato: **Attestato di frequenza**
Informazioni: **daniela.morgante@ud.camcom.it**



Corsi



IMPRESA INTERNAZIONALE BUSINESS ENGLISH PER I MERCATI ESTERI (livello B1)

Il corso ha come obiettivo la trasmissione della conoscenza dell'inglese commerciale a livello professionale.

Date previste: **ottobre**
Orario: **18.30 - 20.30**
Docente: **madrelingua**
Durata: **41 ore**
Certificato: **Attestato di frequenza**
Informazioni: **daniela.morgante@ud.camcom.it**



Corsi



CONTRIBUTI PER L'AVVIO D'IMPRESA DEL FONDO SELFEMPLOYMENT

Stiamo raccogliendo le adesioni per far partire il primo corso (60 ore di aula e 20 ore di consulenza individuale sul Business Plan), tappa obbligatoria per poter accedere ai contributi del Fondo SELFEMPLOYMENT.

Il programma si rivolge ai giovani che non studiano, non lavorano e non sono attualmente impegnati in percorsi di istruzione e formazione (NEET).

Informazioni: **daniela.morgante@ud.camcom.it**



Corsi



Camera di Commercio
Udine



Formazione

Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432 273 245
www.ricercaformazione.it
ricercaformazione@ud.camcom.it

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

Programmi e adesioni online:
www.ricercaformazione.it

Ci sono opportunità per le aziende friulane in entrambi i Paesi, nonostante la fortissima concorrenza dei cinesi

INTERNAZIONALIZZAZIONE



LA MISSIONE

Potenziale Africa

Ha fatto tappa in Etiopia e Angola una delegazione di imprenditori dei settori turismo, industria ed edilizia

Mercati molto diversificati e con enormi potenzialità. In cui possono inserirsi bene anche le imprese friulane, per una crescita condivisa e una collaborazione per lo sviluppo. È tornata in Africa, precisamente in Etiopia e Angola, una delegazione di imprenditori accompagnata dalla Camera di Commercio di Udine, che ha pensato a una missione composita e specializzata su ciascuna delle due realtà. A viaggiare sono state 5 imprese, dei settori turismo, produzione di impianti industriali ed edilizia: Agrituristica e Pert hanno preso parte a entrambe le tappe, mentre Ez Group si è concentrata sull'Etiopia, e Asteq e MP sull'Angola.

In Etiopia, gli imprenditori friulani hanno fatto tappa ad Addis Abeba. Gli incontri, nella sede dell'Ambasciata d'Italia e dell'Ice e nelle sedi delle controparti selezionate, sono stati numerosi e interessanti. In Angola, si è trattato di una missione esplorativa, e, com'è stato evidenziato dalle istituzioni locali, si è trattato della prima missione organizzata, dall'Ita-

Per il prossimo anno le imprese hanno chiesto alla Camera di approfondire nuovamente i mercati dell'Est e dell'Ovest dell'Africa

lia, con B2b e visite anche ad ambasciata e Ice, oltre che al Ministero della geologia e delle miniere e ad alcune primarie realtà economiche angola-



Foto di gruppo scattata al Ministero della geologia e delle miniere di Luanda

ne. Si è trattato dunque di fare una prima conoscenza reciproca e gettare le basi per relazioni economiche di sviluppo comune. Il viaggio nel Paese della costa Ovest africana ha fatto seguito, peraltro, alla visita in Ccia di Udine del Commissario del Padiglione Angola a Expo, lo scorso anno, che aveva stabilito un primo prezioso contatto per lo sviluppo di relazioni economiche con il Friuli.

Claudio Tomba, dell'azienda Pert, specializzata in progettazioni e produzioni di impianti industriali, in particolare nel comparto del trattamento delle acque, è ben presente sul mercato africano, dalla Tunisia all'Etiopia, dal Mozambico al Ghana. Per la Pert era la seconda volta in Angola e l'esperienza di questa missione ha messo in luce buone opportunità, «anche se siamo consapevoli di dover attendere una ripresa economica - spiega -. È un mercato comunque inte-

ressante per il nostro settore e da tenere monitorato senza dubbio. Ci sono opportunità per le imprese italiane e friulane in entrambi i Paesi, nonostante la fortissima concorrenza dei cinesi, ma per chi ha un buon potenziale di innovazione le possibilità ci sono».

Con altri Paesi africani, le collaborazioni continueranno nei prossimi mesi. È prossima, in settembre, la missione in Tunisia - con iscrizioni possibili ancora per alcuni giorni, in chiusura i primi di agosto. Le date sono 27-29 settembre e si andrà a Tunisi.

Per il prossimo anno le imprese hanno chiesto alla Camera di approfondire nuovamente i mercati dell'Est e dell'Ovest dell'Africa. Si stanno pertanto cantierando due possibili viaggi d'affari, uno sulla costa orientale, tra Etiopia e probabilmente Tanzania, e uno sulla costa occidentale, tra Angola e il Ghana.

PAESI DEL GOLFO

Opportunità per food, energia ed edilizia

Ci si può iscrivere fino al 9 settembre alla prossima missione nei Paesi del Golfo, per cui le Camere di Commercio friulane hanno avviato negli ultimi anni una serie di viaggi d'affari, partecipazioni a fiere e attività preparatorie di formazione, informazione e checkup specifici per le imprese. Sulla scorta delle annualità precedenti, alle imprese vengono proposti una serie di Paesi (Kuwait, Qatar, Emirati Arabi Uniti) con attività diversificate, sulla base delle esigenze delle singole aziende, che potranno comporre il proprio viaggio di affari sulla base della traccia di programma individuata. La missione si terrà dal 19 al 24 novembre ed è dedicata in particolare alle imprese del food&wine, arredo design, meccanica elettronica ed energia-sostenibilità. Alle aziende interessate verrà proposta la visita alla fiera Big5, prevedendo la strutturazione di

un percorso comune, per macro settori, sulla base dei profili e accompagnamento di un referente, pur lasciando tempo alle imprese per approfondimenti in autonomia. Big5 Show al Dubai World Trade Center è considerata l'evento di riferimento per il settore edilizia e costruzioni per gli operatori del Medio Oriente, del Sud-Est Asiatico e del Nord Africa.

La quota di export dell'Italia nei Paesi dell'area del Golfo, nonostante sia cresciuta notevolmente nell'arco degli ultimi anni, rimane ancora limitata se paragonata a quella dei principali concorrenti europei e Paesi emergenti.

È importante consultare il sito <http://www.viaggiareisicuri.it> per la verifica della documentazione necessaria all'ingresso nei Paesi.

Info: 0432.273537, progetti.info@ud.camcom.it e www.ud.camcom.it



La fiera Big5 si svolgerà al Dubai World Trade Center

24-28 OTTOBRE

Fiera Indometal e non solo

Suddest Asiatico e Oceania: dal 24 al 28 ottobre è prevista una missione, in occasione della partecipazione di un gruppo di imprese alla fiera Indometal 2016 (www.indometal.com), organizzata dalle Camere di Commercio di Udine e Gorizia. Il viaggio d'affari, multisettoriale, toccherà Indonesia o Singapore e l'Australia e ciascuna impresa potrà partecipare al massimo a due tappe a scelta tra i mercati proposti.

Come attività preparatoria sono stati organizzati un servizio di checkup precompetitivo di primo livello, gratuito, per un primo parere sulla fattibilità di partecipare alla missione, in cui la singola azienda può presentare la sua offerta commerciale e l'eventuale esperienza nei mercati oggetto di missione. Quindi un servizio di formazione - a pagamento, ma rendicontabile nella domanda di voucher per abbattere le spese -, per affinare la preparazione e definire il miglior approccio alle controparti locali.

Per la missione, sarà svolta sul campo la ricerca di imprenditori e operatori economici fondata sulle evidenze emerse in sede di checkup, sul profilo aziendale e materiale inviato a corredo e sarà quindi consegnato all'impresa un parere di prefattibilità, in base al quale sarà fissata l'agenda di incontri B2b.

Per informazioni, oltre che su www.ud.camcom.it, è possibile rivolgersi allo 0432.273534 e progetti.info@ud.camcom.it.



Internazionalizzazione

Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432 273 516 / 534
www.ud.camcom.it
progetti.info@ud.camcom.it

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

Vuoi essere informato su attività di promozione della Camera di Commercio? Iscriviti alla nostra mailing list direttamente dal sito camerale.

L'Azienda Speciale Imprese e Territorio I.Ter fa parte della Rete Enterprise Europe Network, cofinanziato dall'Unione Europea.

Informazioni: tel. 0432 273 516 / 534
email: progetti.info@ud.camcom.it
www.ud.camcom.it

Missioni Imprenditoriali	Missione imprenditoriale - Focus SudEst Asiatico + Oceania Jakarta, Singapore, Sydney (INDONESIA, SINGAPORE, AUSTRALIA) 24 - 28 ottobre Multisettoriale
	Missione imprenditoriale - Focus Canada Toronto (CANADA) 31 ottobre - 04 novembre Multisettoriale
	Missione imprenditoriale - Focus Florida Miami (STATI UNITI D'AMERICA) novembre Multisettoriale
	Missione imprenditoriale - Focus Golfo Dubai, Kuwait City, Doha (EAU, KUWAIT, QATAR) 19 - 24 novembre Multisettoriale
	Missione imprenditoriale - Focus Sudamerica Santiago, Bogotà (CILE, COLOMBIA) 28 novembre - 02 dicembre Multisettoriale
Fiere	Fiera Bio Europe Colonia (GERMANIA) 07 - 09 novembre Meccanica Elettronica (Biotech)
	Partecipazione alla fiera Midest Parigi (FRANCIA) 06 - 09 dicembre Meccanica Elettronica (Subfornitura)
Accoglienza Operatori Esteri e Checkup	Mirabilia - Accoglienza di operatori dall'estero e b2b Udine 24 - 25 ottobre Altro (Turismo)
	Accoglienza di operatori dall'estero - Focus Area Caspica Udine 07 - 09 novembre Food&Wine

Si vanno potenziando le iniziative rivolte alle imprese anche nell'importante cornice dell'Enterprise Europe Network

INTERNAZIONALIZZAZIONE



EUROPA

Saloni gustosi

Il Sial di Parigi e la Fiera Welcome Italia a Londra sono due appuntamenti imperdibili

Europa Europa! Resta in testa il tormentone coniato dalla celebre trasmissione tv di fine anni '80. Anche perché l'Europa, pur con le difficoltà note a tutti, resta uno stabile, fondamentale e primario mercato di riferimento per le imprese italiane - e, con esse, per quelle del Fvg. Dunque il sistema camerale regionale accompagna le imprese, oltre che in tanti Paesi extra Ue, anche nei Paesi dell'Unione che restano cruciali per lo sviluppo. Si avvicinano ora due importanti appuntamenti fieristici. In Francia, al Sial di Parigi, la partecipazione delle nostre imprese si conferma nel maggior evento internazionale dedicato all'agroalimentare, all'interno del seguitissimo Padiglione Italia coordinato da Ice-Agenzia. Il Sial si terrà dal 16 al 20 ottobre.

Quindi, anche in tempo di Brexit, si volerà in Gran Bretagna. È attesa la presenza delle nostre imprese alla Fiera Welcome Italia, partecipazione collettiva, a Londra dal 21 al 23 ottobre, organizzata da Concentero, Azienda speciale della Cciaa di Pordenone. Welcome Italia è organizzata dalla Camera di Commercio Italiana per il Regno Unito ed è dedicata agli appassionati gourmet che vogliono scoprire ed esplorare il mondo dell'enogastronomia italiana. La manifestazione è una vetrina per i produttori delle migliori eccellenze italiane con la possibilità di assistere a show-cooking, seminari e degustazioni organizzati nel Cookery Theater da parte dei migliori chef per le aziende espositrici.

E in tema di Europa, è ricco il carnet di servizi garantito dalla Cciaa di Udine, che sta potenziando le iniziative rivolte alle



Il Sial si terrà dal 16 al 20 ottobre

imprese anche nell'importante cornice dell'Enterprise Europe Network (Een), la più grande rete europea di supporto allo sviluppo delle Pmi, di cui è sportello sul territorio, insieme ad altri partner locali del Consorzio Friend Europe. I servizi offerti alle aziende spaziano dalle

Prossima iniziativa Een sarà a Klagefurt, il 1° settembre, con i B2b durante la Fiera del legname e costruzioni

informazioni per l'internazionalizzazione e cooperazione commerciale (su legislazione Ue, politiche europee, mercato unico e norme internazionali, strategia dei mercati esteri, missioni commerciali e fiere internazionali, ricerca partner per cooperazione commerciale e prodotti-

va internazionale, innovazione e trasferimento tecnologico, consulenza sulla gestione proprietà intellettuale e industriale e supporto al trasferimento tecnologico e alla open innovation con intermediazione brevettuale), servizi per promuovere la partecipazione delle Pmi a Horizon 2020 e altri programmi comunitari (da assistenza a mentorin a orientamento anche su gare d'appalto), partecipazione al processo decisionale europeo (con il coinvolgimento delle aziende e organizzazioni nelle consultazioni europee) e accesso al credito (supporto a startup e spin off e nuova imprenditorialità, assistenza per facilitare l'accesso ai finanziamenti con prestiti, VC, Business Angel e Crowd Funding e contatti con investitori italiani e internazionali). Prossima iniziativa Een sarà a Klagefurt, il 1° settembre, con i B2b durante la Fiera del legname e costruzioni.

Per info su Een: 0432.273230 e progetti.info@ud.camcom.it.

SUDAMERICA

Tappa in Cile e Colombia

I check up personalizzati, in luglio, hanno permesso alle imprese aderenti di capire come prepararsi al meglio ad affrontare il mercato diversificato del Sudamerica. Ora segue la missione, consolidata dal percorso formativo messo in campo dalla Camera di Commercio di Udine, in collaborazione con le Camere di Gorizia e Pordenone: sarà una missione multi-tappe, con incontri B2b nelle sedi di selezionate controparti locali, e si terrà dal 28 novembre al 2 dicembre nelle aree commerciali di maggior interesse per le imprese partecipanti, tenendo conto di pregresse esperienze dell'impresa, del riscontro ricevuto durante il check-up, del risultato della prefattibilità oltre che delle caratteristiche della logistica locale. Le tappe proposte prevedono Cile e Colombia. Le imprese eventualmente interessate a b2b in Perù potranno richiedere una quotazione individuale. Il costo di partecipazione copre i servizi di ricerca di controparti locali e di elaborazione del documento di prefattibilità con l'esito della ricerca, nonché l'organizzazione delle agende personalizzate di incontri d'affari e assistenza durante la missione. Le adesioni vanno inviate entro il 16 settembre. Info: 0432.273535, progetti.info@ud.camcom.it e www.ud.camcom.it.

CANADA

Grandi degustazioni di vini

Vini. Ma non solo. Il Canada sarà nuovamente meta per le imprese del Fvg, tra ottobre e novembre, con diversi appuntamenti che toccheranno più città del grande Paese nordamericano. Per quanto riguarda quelle del settore vino, due gruppi si sono già iscritti alle ventunesime "Grandi degustazioni di vini italiani in Canada", alcune per la tappa a Est (Toronto e Montreal) e altre per la tappa a Ovest (Vancouver e Calgary). Nel 2015 il Canada ha fatto segnare importazioni di vino dal mondo per oltre 2,2 miliardi di dollari, con una crescita del 7% sul 2014. L'Unione Europea è il primo fornitore, con 1,16 miliardi, e una quota di oltre il 50%. Il Canada ha nel tempo affermato il ruolo strategico per il vino italiano. Nel 2015 l'export di vino italiano è ulteriormente cresciuto (+8,4) rispetto al 2014, sfiorando la cifra record di 300 milioni di euro (dati Istat) e consolidando la posizione di quinto mercato di sbocco. "Approfitando" della missione vinicola, la Cciaa ha promosso, contestualmente, una missione multisettoriale in Canada, che si terrà nei giorni 31 ottobre, 1 e 2 novembre. Le iscrizioni per aderire vanno inviate entro luglio. La meta della missione multisettoriale sarà concentrata su Toronto. Nella compilazione dei moduli di adesione presenti su www.ud.camcom.it, le aziende interessate dovranno porre particolare

attenzione nella definizione dei punti di forza (tecnologia, innovazione, prezzi, qualità, succedaneità rispetto al prodotto locale...) dei prodotti e servizi da introdurre nel mercato canadese, e nell'evidenziare eventuale materiale promozionale (se non presente nel sito aziendale). Per informazioni, oltre al www ca-



merale, è possibile rivolgersi allo 0432.273535 o a progetti.info@ud.camcom.it.

La Camera di Commercio di Udine da anni sta rafforzando le già ottime collaborazioni tra Fvg e Canada: sono 676 le aziende friulane coinvolte finora in seminari, checkup, missioni e incoming in 7 annualità di progetti. L'export verso il Canada è cresciuto del 24,6% tra 2014 e 2015. E a realizzare le maggiori quote di esportazioni sono i mobili (quasi 14%), macchine per impieghi speciali (13,5%), bevande (9,1%) e articoli di coltelleria (7,9%), dunque alcune delle eccellenze della produzione del Friuli Venezia Giulia.



MARCHI BREVETTI DISEGNI DIFENDI LA TUA IDEA

Nuovo Punto Orientamento Proprietà Intellettuale, l'esperto risponde!

COME PROTEGGERE UN'IDEA?

- Presso l'Ufficio Brevetti e Marchi della Camera di Commercio, il servizio *Nuovo Punto Orientamento* fornisce consulenze sui diversi strumenti di tutela della proprietà intellettuale.
- Imprenditori ed aspiranti tali hanno l'opportunità di incontrare professionisti a cui sottoporre quesiti su marchi d'impresa, invenzioni industriali, modelli di utilità, disegni e modelli (design), software, diritto d'autore, know how, anticounterfeiting e licensing.

A CHI È RIVOLTO?

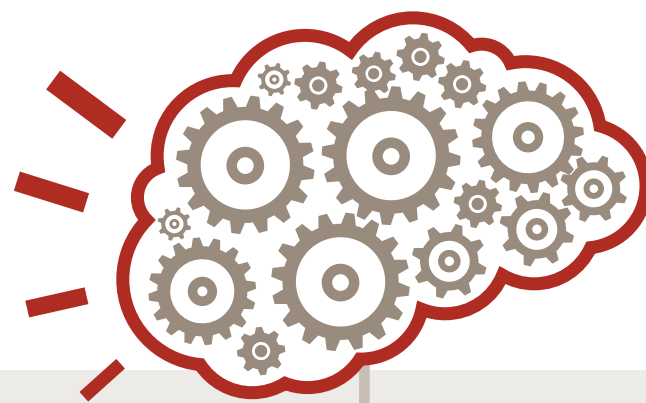
- Alle imprese che intendono valorizzare e tutelare la propria idea imprenditoriale.
- Agli inventori e a tutti coloro che vogliono conoscere gli strumenti a disposizione per orientarsi in merito alle proprie idee e progetti.

- Il servizio si avvale della collaborazione di consulenti in proprietà industriale iscritti all'ordine; gratuito su appuntamento.

- I titoli di Proprietà Intellettuale quali *marchi, brevetti per invenzione industriale, modelli di utilità, disegni e modelli*, sono fondamentali per le imprese per tutelare la propria capacità creativa, sviluppare una strategia di crescita ed investire in ricerca e innovazione.

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

Contatta la Camera di Commercio
e prenota il tuo appuntamento



Per i bandi di contributi della Regione, requisiti e moduli sul www.fvg.camcom.it.

CAMERA DI COMMERCIO



CONTRIBUTI

Bandi: ecco i termini

Il pacchetto Rilancimpresa con le ultime novità appena avviate e Por-Fesr

Tanti bandi a favore delle imprese si sono aperti e si avvieranno in queste settimane. Requisiti, termini di apertura e chiusura, e moduli sono pubblicati sul sito di Unioncamere Fvg, www.fvg.camcom.it (e per Udine su www.ud.camcom.it).

Si parte dal "pacchetto" di Rilancimpresa della Regione Fvg, che sta avviando quattro linee contributive. Il 20 giugno si è aperto il bando per le capacità manageriali delle micro imprese e delle pmi Fvg, con cui finanziare l'acquisizione di servizi di temporary management o l'assunzione, per massimo 24 mesi, di personale manageriale altamente qualificato. Il bando ha già ricevuto moltissime domande; scadrà comunque alle 16.30 del 9 settembre.

L'11 luglio invece si sono aperti i termini del bando di contributi per il supporto delle imprese in difficoltà del settore manifatturiero e del terziario nel processo di recupero dei livelli di competitività. Sono ammissibili a contributo l'acquisizione di consulenze per piani di ristrutturazione e rilancio aziendale volti a sostenere, pure tramite aggregazioni da attuarsi anche attraverso



fusioni e contratti di rete, una maggiore capacità competitiva dell'impresa. L'intensità massima del contributo concedibile è del 50% della spesa ammissibile, per una spesa minima di 5 mila e un contributo massimo fino a 50 mila euro. Il bando resterà aperto fino alle ore 16.30 del 30 settembre.

I successivi bandi avviati sono uno per l'autoimprenditorialità nelle situazioni di crisi da attuarsi nella forma coope-

rativa nel settore manifatturiero e terziario e l'altro per il sostegno ai servizi di coworking e per la promozione della nascita di nuovi fab-lab. I termini si sono aperti rispettivamente il 20 e il 27 luglio e si chiuderanno l'uno il 10 e l'altro il 17 ottobre.

Informazioni per i bandi Rilancimpresa: Punto Nuova Impresa Cciaa di Udine, 0432.273539 nuovaimpresa@ud.camcom.it; Istruttoria:

Ufficio Contributi Cciaa Udine, 0432.273829.

Infine, Por-Fesr: la Giunta regionale ha prorogato al 31 ottobre (ore 16.30) il termine per le domande ai sensi dell'art.15, comma 1, del Bando per l'erogazione di finanziamenti per le imprese per l'acquisizione di servizi d'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale, attraverso Voucher. Info su sito Regione Fvg e www.ud.camcom.it per Udine.

IL 16 NOVEMBRE

Premiazioni del Lavoro

Si terranno mercoledì 16 novembre le Premiazioni del Lavoro e Progresso economico, la cerimonia con cui la Camera di Commercio di Udine insignisce imprese, lavoratori, studenti e personalità del Friuli, che si siano particolarmente distinte, sul territorio, in Italia o nel mondo. Il bando per inviare la propria candidatura è stato aperto e pubblicato sul sito dal 22 giugno al 22 luglio. Oltre alle abituali categorie e settori per cui è possibile partecipare, quest'anno ci sono due novità. Si tratta del Premio "Idea imprenditoriale Terzo Millennio", per imprese o singoli soggetti che abbiano messo in pratica nuovi modelli di business, e del Premio "Scenari di ricostruzione economica", quest'ultimo legato al percorso di Friuli Future Forum, intrecciato con l'anniversario dei 40 anni del Terremoto. L'assegnazione dei premi sarà deliberata insindacabilmente dalla giunta camerale.

24-25 OTTOBRE

Mirabilia: inviare le adesioni

Il 24 e 25 ottobre Udine ospiterà la 5a Borsa internazionale del turismo culturale. A fare gli onori di casa sarà la Camera di Commercio di Udine, insieme alla Cciaa di Matera, che è capofila del progetto "Mirabilia - European Network of Unesco Sites" (<http://www.mirabilianetwork.eu>), percorso di valorizzazione comune delle economie italiane in cui vi sono siti Unesco "meno noti". La Borsa si realizzerà in coordinamento con la Regione Fvg, Promoturismo Fvg e la collaborazione del Comune di Udine, dei Comuni di Forni di Sopra, Cividale del Friuli, Aquileia, Palmanova, della Fondazione Aquileia. Le adesioni delle imprese vanno inviate entro il 15 settembre: nella due giorni di ottobre ci saranno un evento B2B, riservato agli imprenditori del settore delle aree Unesco e a circa 50 buyers provenienti dai Paesi UE, Stati Uniti, Giappone e Cina, e visite aziendali. Info: 0432.273516-230 e promozione@ud.camcom.it



LUGLIO

29 INDAGINE CONGIUNTURALE - 2° TRIMESTRE 2016 E PREVISIONI 3° TRIMESTRE 2016
Termine dell'attività di interviste alle imprese

AGOSTO

11 DIFFUSIONE VARIAZIONI INDICI FOI SENZA TABACCHI
tel. 0432 273 265 (dopo le ore 13.00)

SETTEMBRE

01 BROKERAGE EVENT FIERA DEL LEGNAME
Klagenfurt | AUSTRIA

09 SOSTEGNO SVILUPPO ADEGUATE CAPACITÀ MANAGERIALI PMI
Scadenza termini domande contributo (ore 16.30)

15 MIRABILIA - EUROPEAN NETWORK OF UNESCO SITES. BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO CULTURALE
Scadenza termini presentazione schede adesione

19 BORSA VINI MESSICO E COLOMBIA (O B2B IN TEXAS)
Messico City, Bogotà o Houston | MESSICO, COLOMBIA O TEXAS (19 - 23 settembre)

19 MISSIONE IMPRENDITORIALE - FOCUS MESSICO E TEXAS
Messico City, Houston | MESSICO E TEXAS (19 - 23 settembre)

30 BICICLETTE ELETTRICHE A PEDALATA ASSISTITA
Scadenza termini domande contributo

30 INTERVENTI REGIONALI A FONDO PERDUTO A FAVORE DELLE IMPRESE ARTIGIANE
Scadenza termini domande contributo (ore 16.30)

30 INCENTIVI AD IMPRESE IN DIFFICOLTÀ - MANIFATTURIERO E TERZIARIO - IN RECUPERO LIVELLI COMPETITIVITÀ
Scadenza termini domande contributo (ore 16.30)

AVVISO CHIUSURA PER FERIE

MODIFICHE DI ORARIO DURANTE IL PERIODO ESTIVO

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER - Promozione

Chiude dal 16 al 19 agosto
Riapre lunedì 22 agosto

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER - Formazione

Chiude dall'08 al 19 agosto
Riapre lunedì 22 agosto

Borsa Merci - Rilevazioni prezzi "Cereali e Sfarinati" e "Avicunicoli"

Chiude venerdì 12 e 19 agosto
Riapre venerdì 26 agosto

Camera di Commercio - Sede periferica di Tolmezzo via Carducci 22 - 33028 Tolmezzo (Ud)

Chiude dall'08 al 18 agosto
Riapre lunedì 22 agosto

Gli orari di tutti gli uffici sono consultabili nella pagina web UFFICI - ORARI

Calendario

Camera di Commercio di Udine

Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Centralino 0432 273 111
www.ud.camcom.it - urp@ud.camcom.it
PEC: urp@ud.legalmail.camcom.it

Novità dalla Cciaa

Statistica e Prezzi
Centro Studi - Ufficio Statistica e Prezzi
statistica@ud.camcom.it

Contributi
Informazioni: Punto Nuova Impresa
nuovaimpresa@ud.camcom.it

**Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER
Ramo Promozione**
progetti.info@ud.camcom.it

**Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER
Ramo Formazione**
www.ricercaformazione.it

Friuli Future Forum
www.friulifutureforum.com
info@friulifutureforum.com

