



LE ECCELLENZE DELLA BIODIVERSITÀ

IL BOOM DEI PRODOTTI DI NICCHIA: I DATI E LE STORIE
DA PAG. 2 A PAG. 5



LA QUESTIONE RIBOLLA GIALLA

Pagg. 6 e 7



LE STRATEGIE DI CONFIDI FRIULI

Pag. 13



TANTE INIZIATIVE ALL'ESTERO

Pag. 14





Udine Economia formato digitale!

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:

Unidea / Udine

Impaginazione/Fotoliti:

Creactiva / Udine

Stampa:

Finegil Editoriale S.p.A.

Divisione Nord-Est

Fotoservizi:

Tassotto&Max

Archivio:

C.C.I.A.A. - Anteprema, Petrusi Foto Press

SOMMARIO



SPECIALE AGROALIMENTARE

IL BOOM DELLE NICCHIE pag. 3

IL TESORO GASTRONOMICO pag. 4

DAL FRANT ALLA GUBANA, LE BANDIERE DEL GUSTO pag. 4

PRESIDI TERRITORIALI DA VALORIZZARE pag. 4

LE QUATTRO SCOMMESSE IMPRENDITORIALI pag. 5

IL SUCCESSO DELLA RIBOLLA pag. 6

L'URGENZA DI UN DISCIPLINARE pag. 7



LE IMPRESE DEL MESE PAGG. 8-9-10



GLI IMPRENDITORI DEL MESE pag. 11

GLI ASSAGGI DEL MESE pag. 12

CONFIDI FRIULI pag. 13



CAMERA DI COMMERCIO PAGG. 14-15-16

L'EVOLUZIONE CERTIFICATA DA INFOCAMERE

L'AGRICOLTURA CAMBIA IL BOOM DELLE NICCHIE

LA COLTIVAZIONE DELLA FRUTTA È RADDOPPIATA
CRESCe LA PRESENZA DELLE IMPRESE UNDER 35



LOCALIZZAZIONI ATTIVE

Regione includes FRIULI-VENEZIA GIULIA

Ateco	Descrizione	2011	2018_1	Var %
0113	Coltivazione di ortaggi, barbabietola da zucchero e patate	508	538	5,9%
0119	Coltivazione piante, fiori e altre colture non permanenti	259	213	-17,8%
0121	Coltivazione di uva	2.187	2.249	2,8%
0122-0126	Coltivazione della frutta	81	164	102,5%
0127-0130	Altre coltivazioni (the, caffè, piante aromatiche, riproduzione piante...)	50	94	88,0%
0145	Allevamento di ovini e caprini	67	84	25,4%
0149.30	Apicoltura	96	119	24,0%

Fonte: InfoCamere

IMPRESE ATTIVE

Regione includes FRIULI-VENEZIA GIULIA

Ateco	Descrizione	2011	2018_1			Var %
			n.ro	di cui Under 35	%	
0113	Coltivazione di ortaggi, barbabietola da zucchero e patate	482	507	50	9,86%	5,2%
0119	Coltivazione piante, fiori e altre colture non permanenti	247	201	6	2,99%	-18,6%
0121	Coltivazione di uva	2.056	2.067	139	6,72%	0,5%
0122-0126	Coltivazione della frutta	80	158	22	13,92%	97,5%
0127-0130	Altre coltivazioni (the, caffè, piante aromatiche, riproduzione piante...)	44	83	16	19,28%	88,6%
0145	Allevamento di ovini e caprini	61	75	12	16,00%	23,0%
0149.30	Apicoltura	91	113	11	9,73%	24,2%



L'agricoltura cambia anche in Friuli Venezia Giulia e in fatto di colture negli ultimi sette anni si è assistito a una crescita di settori che generalmente si dicono di «nicchia» - anche se alcuni di essi, come la viticoltura, non lo sono affatto - ma che in ogni caso indicano una tendenza alla diversificazione rispetto alle coltivazioni intensive che anni fa parevano dover tenere la scena da protagoniste incontrastate.

A certificare lo sviluppo ramificato sono, tra l'altro, alcuni dati di InfoCamere, che attestano una certa evoluzione nell'arco temporale che va dal 2011 al 2018.

Da questi numeri si evince che, per quanto riguarda le «localizzazioni attive», in Friuli Venezia Giulia in sette anni c'è stata una variazione positiva del 5,9% per le coltivazioni di ortaggi, barbabietole da zucchero e patate; del 2% per i vigneti; addirittura del 102,5% per la coltivazione della frutta, passata da 81 a 164 localizzazioni attive; dell'88% per la coltivazione di piante aromatiche e riproduzione piante; del 25,4% nell'allevamento caprino e ovino e l'apicoltura ha avuto una crescita delle localizzazioni attive del 24%, passando da 96 a 119. L'unico settore che nei sette anni ha registrato un calo significativo (-17,8% per le localizzazioni attive e -18,6% di imprese attive) è quello dedicato alla coltivazione di piante fiori e altre colture non permanenti.

Per tutte le altre specializzazioni, i numeri di InfoCamere sono positivi anche per quanto riguarda le imprese attive. Sono cresciute del 5,2% quelle delle coltivazioni di ortaggi con una presenza di under 35 pari al 9,86%; le imprese della viticoltura sono aumentate dello 0,5% con una presenza giovanile del 6,72%; per la frutta l'incremento è stato del 97,5% (da 80 a 158, con 22 aziende rette da giovani); +88,6% per le imprese dedicate ad altre coltivazioni come le piante aromatiche; +23% per le aziende di ovini e caprini, con una presenza giovanile pari al 16%. In aumento del 24,2% anche le aziende legate all'apicoltura (da 91 a 113) con interesse giovanile al 9,73 per cento.

LA DIFFERENZIAZIONE RISENTE DI DIVERSI FATTORI NON ULTIMO L'ANDAMENTO DEL MERCATO E DI EVENTUALI SUPPORTI EUROPEI

«L'agricoltura di per sé è sempre stata in trasformazione», premette il presidente di Confagricoltura Fvg, Claudio Cressati, guardando i numeri di InfoCamere. Dati «senz'altro interessanti», osserva, ma alcuni di essi presentano «una forte aggregazione di colture e quindi non è possibile cogliere l'esatta evoluzione di ciascuna».

Tuttavia, il punto è che la differenziazione delle coltivazioni è in corso e risente di diversi fattori, non ultimo l'andamento del mercato e di eventuali supporti europei. «Si pensi alla crescita che ebbe la soia anni addietro perché la Ue aveva puntato sulle proteine vegetali - ricorda Cressati - o sul mais che, da signore dominante con 150mila ettari coltivati, si è ora ritirato in una fascia di 50mila ettari».

Oggi, accanto a un ritorno di grano e frumento, «in regione c'è un investimento sull'orzo distico per la produzione della birra nei birrifici artigianali - elenca Cressati -; ci sono impianti di noci e nocciole, una produzione quest'ultima in crescita, e si sono accesi i riflettori sulla possibile coltivazione della canapa per uso industriale». E proprio sulle opportunità della canapa industriale Confagricoltura ha organizzato un convegno nazionale a Roma il 25 luglio, a dimostrazione di come la coltura stia riscuotendo interesse tra gli agricoltori. «Per le colture nuove, però, è necessario adoperarsi per la filiera in loco - conclude il presidente di Confagricoltura Fvg -, affinché il loro valore aggiunto resti ai produttori».

Antonella Lanfrit

I RICONOSCIMENTI

DAL FRANT ALLA GUBANA LE BANDIERE DEL GUSTO



La Rosa di Gorizia

Tra i prodotti agroalimentari tradizionali regionali censiti da Coldiretti nazionale, un totale di 5.056 "Bandiere del gusto" made in Italy, il Friuli Venezia Giulia contribuisce - dal formadi frant alla jota, dalla Rosa di Gorizia alla gubana - con 169 prodotti. «Un patrimonio di grande valore - commenta

Coldiretti Fvg- che rappresenta le diverse articolazioni della regione ed è il frutto del lavoro di agricoltori che tutelano la biodiversità e la tradizione, ma riescono anche a salvare alcuni prodotti dal rischio estinzione».

L'elenco Fvg, come quelle delle altre regioni, è diviso in tipologie. Tra le bevande, distillati e liquori compaiono sciroppi, succo di mela e most; tra le carni fresche il cappone friulano, il lardo, la lingua cotta in Carnia, il musetto, la pitina, ovviamente prosciutto e salame, soppressa e speck; tra i condimenti l'aceto di mele e la salsa balsamica; tra i formaggi la caciotta caprina, il formaggio caprino morbido, il frico, la latteria; tra i grassi l'olio del Carso e il burro fuso di malga; tra i prodotti vegetali l'aglio di Resia, l'asparago verde e bianco, la blave di Mortean, la ciliegia duracina di Tarcento, il fagiolo dal voglut, le fave di Sauris, il lidric cul poc, le patate di Ribis e Godia, il radic di mont; tra le paste fresche e la panetteria e pasticceria ci sono il biscotto esse, i cjalzons, il grissino di Resiutta, la pinza, la putizza, gli strucchi, il tiramisù; tra i pesci il dondolo, i sardoni salati, la trota affumicata di San Daniele; tra i prodotti di origine animale le varietà di miele (di acacia, ailanto, amorfà, castagno, rododendro, tarassaco), la ricotta affumicata di malga e la ricotta di capra.

Le "bandiere" sono assegnate alle specialità che sono ottenute sul territorio nazionale secondo regole tradizionali protratte nel tempo per almeno 25 anni. Sul podio regionale è saldamente al primo posto la Campania che ha mantenuto i suoi 515 prodotti tradizionali, seguita dalla Toscana salita a 461 gioielli e dal Lazio stabile in terza posizione (409). Il Fvg è a metà classifica con il tesoro dei suoi 169 prodotti. «Il risultato del lavoro di intere generazioni di agricoltori impegnati a difendere nel tempo la biodiversità sul territorio e le tradizioni alimentari - aggiunge Coldiretti -, un bene comune per l'intera collettività e un patrimonio anche culturale che il territorio può oggi offrire con orgoglio».

TECNICO AGROALIMENTARE

A OTTOBRE PARTE IL CORSO

L'industria alimentare e bevande del Fvg con i suoi 8.290 addetti e le 1.164 imprese, al 31 marzo 2018, rappresenta rispettivamente il 7,5% e il 9,5% del totale dell'industria manifatturiera regionale e pesa per il 7,5% del valore aggiunto manifatturiero regionale. Per questo motivo, Confindustria Udine - che ha altresì avviato una ricognizione delle esigenze delle aziende associate sul fronte delle risorse umane da inserire in azienda nei prossimi cinque anni - ha accolto con grande favore la figura del 'tecnico superiore per il controllo, la valorizzazione ed il marketing delle produzioni agrarie, agroalimentari e agroindustriali' che la Fondazione ITS - Istituto Tecnico Superiore nuove tecnologie per il Made in Italy - intende formare con l'attivazione a Udine, a partire da ottobre, di un corso biennale. Un nuovo percorso di formazione - nato per espresso interesse manifestato da alcune aziende del settore associate a Confindustria Udine - che al termine del biennio di lezioni rilascerà il Diploma di Tecnico Superiore 5° livello del quadro europeo delle qualifiche EQF.

"L'idea - ha evidenziato al riguardo Cattelan, spalleggiato da Stefano Toppiano capogruppo Alimentari e bevande Confindustria Udine - è far decollare per davvero il link scuola-impresa. In tale ottica, consideriamo gli Its la punta d'eccellenza dell'istruzione tecnica italiana. Sulla scorta delle buone pratiche sviluppate sin qui, ora è la volta del comparto agroalimentare".

5 PRODOTTI DOP, 2 IGP E 9 PRODOTTI DI MARCHIO AQUA

IL TESORO GASTRONOMICO

L'ERSA: LA QUALITÀ RAPPRESENTA UN IMPORTANTE ELEMENTO DAL PUNTO DI VISTA ECONOMICO E PRODUTTIVO DELLA REGIONE

In Friuli Venezia Giulia ci sono 5 prodotti Dop (prosciutto di San Daniele, Montasio, brovada, Olio Tergeste, Salamini italiani alla cacciatora) e 2 prodotti Igp (Pitina e prosciutto di Sauris), a cui si aggiungono 168 prodotti agroalimentari tradizionali, riconosciuti dal Mipaaf. Tipicità storicamente e strettamente legate al territorio. Un vero e proprio 'tesoro gastronomico', costituito anche dai nove disciplinari tecnici di produzione del marchio Aqua, acronimo di Agricoltura, Qualità, Ambiente, gestito dall'Ersa.

Tutti elementi con grandi potenzialità sia in termini economici che turistici. Complessivamente, infatti, il Friuli Venezia Giulia si piazza al 6° posto tra le regioni italiane per valore alla produzione dei prodotti food Dop/Igp, con 318 milioni di euro (fonte Ismea dati 2016) dietro a Emilia Romagna, Lombardia, Veneto, Campania e Trentino Alto Adige. «Si vede quindi come la qualità - commentano dall'Ersa - rappresenti un importante elemento dal punto di vista economico e produttivo per la nostra regione. Per quanto riguarda i termini turistici, l'Ersa avrà competenza in materia di promozione degli agriturismi sino a fine anno, poi se ne occuperà PromoturismoFvg. In regione ci sono oltre 600 aziende agrituristiche autorizzate con più di 205.000 presenze, di cui circa metà stranieri, e con 2,9 giorni di permanenza media». Numeri positivi, assicura l'Ersa, se confrontati con altre regioni italiane: «Alcune riflessioni possono essere fatte sulle potenzialità di crescita - dicono ancora dall'Ersa -. Lasciando da parte infatti il 'caso Alto Adige', rileviamo come regioni con dimensioni non troppo diverse dalla nostra, possano contare su altri numeri, ad esempio Marche e Umbria, con oltre mille aziende agrituristiche attive a testa. Questi dati ci confortano perché, se da una parte ci rendiamo conto che abbiamo lavorato bene in questi anni, dall'altra vediamo un importante margine di crescita».

Un contesto ideale, quindi, per le produzioni agroalimentari di nicchia, come dimostra il percorso scelto per la 'certificazione' della pitina: «Nelle procedure di riconoscimento della Commissione Europea - sottolineano dall'Ersa - il ruolo principale spetta ai produttori. Sono loro, infatti, che devono prendere l'iniziativa, trovare un accordo su elementi quali territorio della denominazione e disciplinari di produzione. La Regione poi è al loro fianco, come ha fatto nel caso della pitina, per accompagnare la procedura di riconoscimento in tutte



le sue fasi e agevolare il raggiungimento del risultato». Prodotti a cui ormai l'appellativo 'nicchie' comincia a stare stretto: «Nel caso della pitina siamo di fronte a un prodotto tradizionale, legato strettamente al territorio e di qualità, certificata dal riconoscimento europeo dell'Igp. E i consumatori sono particolarmente sensibili a questi due fattori: territorialità e qualità. In questo senso la creazione di una Igp è un elemento molto importante perché definisce, riconosce e certifica questo binomio. Certo - ammette l'Ersa - non è necessario che ci sia una certificazione Dop o Igp per riunire in un prodotto questi due elementi, ma il riconoscimento europeo fa entrare quel prodotto nell'eccellenza».

E anche grazie all'attività di Ersas, che in questi anni ha svolto un notevole lavoro con pubblicazioni, convegni, partecipazione a fiere e manifestazioni, organizzazione di eventi 'ad hoc' e molte altre iniziative, di tutti tipi, i prodotti di eccellenza del Fvg sono sempre più conosciuti, senza dimenticare gli eventi 'vetrina'. «È necessario quindi continuare e rafforzare la presenza delle nostre eccellenze in queste manifestazioni, perché dobbiamo innanzitutto partire dal territorio», concludono dall'Ersa, realtà a cui, nel 2019, subentrerà PromoturismoFvg nella gestione dei grandi eventi 'vetrina'.

Alessandro Cesare

ESSENZIALE MANTENERE L'AUTENTICITÀ

PRESIDI TERRITORIALI DA VALORIZZARE



DRI (SLOW FOOD): A FARE LA DIFFERENZA È LA DEGUSTAZIONE DEI PRODOTTI NEI LUOGHI DOVE VENGONO REALIZZATI

I prodotti agroalimentari 'di nicchia' sono una grande risorsa per il Friuli Venezia Giulia, sia da un punto di vista economico che turistico. Per rendere al meglio, però, vanno 'accompagnati' da una serie di punti fermi, quelli che **Giorgio Dri**, portavoce di Slow Food Fvg, chiama «le gambe di un tavolo».

«Vent'anni fa la pitina era conosciuta in Val Tramontina e a Meduno, a Pordenone in pochi sapevano della sua esistenza. Oggi, dopo essere diventata presidio Slow Food, ha ottenuto il riconoscimento Igp. Un risultato impossibile senza la concomitanza di una serie di fattori: mi piace pensare a un tavolo che per reggersi in piedi ha bisogno di diverse gambe». Punto di partenza, per Dri, è la tipicità di questi prodotti, la storia che si portano dietro, le motivazioni territoriali che li accompagnano. «In questo ragionamento - aggiunge - un ruolo



fondamentale ce l'ha Slow Food, che ha il merito di individuare i prodotti di nicchia rendendoli 'presidi' territoriali. Servono poi i produttori, perché senza persone capaci di seguire un preciso disciplinare, le caratteristiche di ogni produzione rischierebbe di essere compromessa. Un'altra gamba di questo tavolo ideale - continua Dri - è costituita da coloro che ci credono, e quindi dai ristoratori e da

chi promuove i diversi prodotti nelle fiere. Infine ci sono le istituzioni pubbliche, locali e non, che hanno il compito di proporre pacchetti ad hoc per portare le persone dove queste nicchie agroalimentari sono prodotte o lavorate. Su quest'ultimo punto, Dri, non ha dubbi: a fare la differenza è poter degustare i prodotti nei luoghi dove vengono realizzati: «L'emozione è unica, perché ti permette di cogliere sfumature impossibili da percepire altrove. E' questo uno dei messaggi che deve passare».

Pitina, aglio di Resia, radic di mont non sarebbero quello che sono senza le peculiarità dei territori dove sono prodotti o coltivati. «Le persone sono sempre più sensibili a queste nicchie agroalimentari - chiude Dri - e anche per questo occuparsene sta dando sempre più soddisfazione economica a chi ci ha creduto fin dall'inizio. Ciò che conta, ora, è mantenerne l'autenticità, senza 'svenderla' per ragioni puramente commerciali». (al.ce.)

IL REPORTAGE TRA LE ECCELLENZE

LE SCOMMESSE IMPRENDITORIALI



DALLO ZAFFERANO ALLE LUMACHE: ECCO QUALI OPPORTUNITÀ ARRIVANO DAL NOSTRO TERRITORIO

ALFREDO CARNESECCHI E LO ZAFFERANO

L'ORO ROSSO CON IL MARCHIO 1.0

«Quando decido di fare qualcosa la devo fare bene». Parola del dottor **Alfredo Carneseccchi**, medico chirurgo che, per pura passione, qualche anno fa ha cominciato a produrre lo zafferano full red nei suoi terreni di Magnano in Riviera. Risultato? L'oro rosso commercializzato con il marchio 1.0. Zafferano è risultato essere geneticamente puro. Un'attestazione arrivata dall'Istituto italiano di tecnologia (Iit) di Genova che ha sviluppato un test, denominato NanoTracer, per la tracciabilità genetica del cibo. Alla sofisticata verifica sono state sottoposte le produzioni 2015, 2016 e 2017: secondo quanto attestato dall'Iit, tutti i campioni esaminati al NanoTracer "si sono dimostrati puri". Ma come si può raggiungere un risultato così importante? «Per il mio zafferano - spiega il chirurgo - utilizzo solo la parte rossa dello stigma. È chiaro che ciò significa buttare il 25% del prodotto, ma a me non interessa perché io cerco la perfezione. Produrre in Friuli, e a Magnano in particolare, zafferano è per me motivo di grande orgoglio - ha



commentato - e per i consumatori un importante indicatore di qualità». Lo zafferano si ricava dal fiore del *Crocus Sativus* (occorrono 250mila fiori e 600 ore di lavoro per produrre un chilogrammo di prodotto) ed è la sostanza alimentare a maggior rischio di sofisticazione. Gli stimmi possono essere mescolati ad altre parti della pianta o altre spezie molto più economiche come la curcuma, la calendula, il cartamo. In alcuni casi, con maggior frequenza sul prodotto in polvere, sono state accertate anche aggiunte di minerali e coloranti sintetici. Nel mondo si producono circa 180 tonnellate di zafferano all'anno per il 90 per cento in Iran, poi India, Grecia, Marocco e Spagna. Lo zafferano italiano raggiunge i 500 chilogrammi all'anno su 50 ettari coltivati soprattutto in Toscana, Umbria, Sardegna con una presenza di produzione anche in Friuli. «Donato Episcopo ed Emanuele Scarello sono tra i grandi estimatori del mio zafferano» afferma orgoglioso Carneseccchi.

Anna Casasola

A COLLOREDO DI MONTE ALBANO

DUE CUORI E TANTE LUMACHE

Chelumaca! è il nome dell'azienda di Colloredo di Monte Albano nata nel 2013 e specializzata nell'elicicoltura ovvero nella produzione di lumache. Un prodotto di nicchia al quale hanno rivolto le proprie attenzioni cinque anni fa due neo laureati, uniti nella vita e anche dalla voglia di voler costruire qualcosa insieme. Loro sono **Consuelo Bravin**, 34 anni, e **Matteo Venuti**, 35 anni, che, dopo aver conseguito la laurea in Scienze della produzione animale, hanno deciso di puntare a un settore di nicchia. «Gli inizi non sono stati semplici - spiega Consuelo -: dopo una partenza a pieno ritmo, a un anno e mezzo dall'avvio, l'azienda ha dovuto fare i conti con la perdita della gran parte delle nuove nate». Un fatto che però anziché fiaccare gli entusiasmi dei due giovani imprenditori, dà nuovi stimoli per fare di più e meglio. E i risultati non tardano ad arrivare tant'è che nel 2015 il comune di Colloredo di Monte Albano è entrato a far parte dell'associazione Città delle Chiocciole. Consuelo e Matteo decidono così di mettersi sul mercato con il loro prodotto.



«Le soddisfazioni arrivano - conferma Consuelo - il fatto che le nostre lumache sono allevate all'aperto, nei campi, fa sì che la loro qualità sia eccellente». Spinti dalla voglia di crescere ancora i due imprenditori decidono di aprire anche un piccolo punto vendita, acquisendo anche l'esclusiva per il Friuli Venezia Giulia per il marchio Lumacheria italiana, azienda di trasformazione che segue il rigido disciplinare Chiocciola metodo Cherasco. «È partita da qualche tempo - aggiunge poi Consuelo - la commercializzazione della bava di lumaca, prodotto utilizzato da sempre in medicina e cosmetica per le sue proprietà idratanti e lenitive. A breve, ovvero non appena ci sarà consegnato il macchinario, inizieremo l'estrazione in house della bava. Il metodo utilizzato è assolutamente cruelty free, in quanto non provoca alcun tipo di stress negli animali. Al momento dell'estrazione il dispositivo sanifica la bava, abbattendo la carica batterica e mantenendo al contempo tutte le sue proprietà».

(a.c)

L'ASSOCIAZIONE DELLA ZONA COLLINARE

L'ETICHETTA UÈLI L' "OLIO ESTREMO"

Uèli è l'olio in friulano ma è anche il nome del progetto realizzato dall'Associazione dei produttori di olio extravergine di oliva della zona collinare condiviso dall'allora Parco agroalimentare e dall'Università di Udine. L'Associazione presieduta da **Roberto Tapacino** è nata nel 2008 e raccoglie oggi una cinquantina tra piccoli e medi soci dislocati su un vasto territorio di cui San Daniele è il cuore. «Dal 2008 - spiega Roberto - gli associati producono il proprio olio sotto un'unica etichetta: Uèli. Sul retro della bottiglia l'indicazione di ogni singolo produttore. Un modo per veicolare congiuntamente un prodotto che si è sempre più affermato sul mercato per le sue caratteristiche di eccellenza: con questo metodo ogni socio con la propria partita Iva è nelle condizioni di commercializzare il proprio olio». A rendere unico Uèli, il fatto di essere prodotto in una zona estrema: «Noi siamo all'estremo nord come area di produzione per quanto riguarda l'habitat dell'ulivo - spiega Tapacino -. Anche



nei concorsi ai quali prendiamo parte il nostro viene classificato come "olio estremo": primo classificato al concorso nazionale dello scorso anno quello prodotto dall'Antica scuderia del Castello di Susans di Majano. L'area che comprende i produttori - aggiunge - è molto vasta e va da Nimis fino ad Anduins passando per Majano, San Daniele e Ragogna, territori sul quale sono concentrate le maggiori aziende produttrici». Secondo quanto riferito da Tapacino, il prodotto finito è stato giudicato di qualità "eccellente" in occasione di diverse sedute ufficiali di assaggio certificato. «Uèli - conclude - non è solo il marchio di un prodotto ma il nome di un'intera filiera». Un sodalizio quella dei produttori del collinare che, in questo momento, condivide anche alcune preoccupazioni: «da circa 3 anni - spiega Tapacino - dobbiamo fare i conti con la Sphaeropsis Dalmatica, un fungo che ha ridotto la produzione del 60% contro il quale è necessario agire prima possibile».

(a.c)

LA FLORORTICOLA GOSSO

I PIONIERI DELLA CANNABIS LIGHT

«Le piante ornamentali si vendono molto bene e a ottobre, dopo il primo raccolto, avremo anche il prodotto essiccato». Tra le aziende pioniere in Italia nella coltivazione della cannabis light, la canapa legale per il fatto di avere un contenuto inferiore allo 0,6% di delta-9-tetraidrocannabinolo (Thc), c'è la Flororticola Gosso di **Alexis Gosso** di Manzinello di Manzano. L'azienda, fondata nel 1985 dal papà del signor Alexis, Lorenzo, è passata nel 2007 ad Alexis che, ad aprile di quest'anno, ha deciso di percorrere una nuova strada. «Quest'anno - spiega Alexis Gosso - c'è stato un vero e proprio boom grazie alle nuove opportunità consentite dalla nuova legge. La normativa nel nostro Paese per questo tipo di prodotto è della fine del 2016 ed è entrata in vigore nel 2017. Noi siamo tra i primi produttori in Italia». Grazie alla nuova legge 242, dunque, in Italia ha preso il via la coltivazione della canapa. Il nuovo quadro normativo consente diversi utilizzi della pianta: i semi possono essere impiegati per creare



numerosi alimenti come l'olio, il pane, la pasta e i biscotti. I cibi preparati con questo ingrediente, oltre ad avere un ottimo sapore, hanno delle ottime proprietà: contengono ad esempio molte proteine e sono facilmente digeribili. «I prodotti non hanno effetti psicoattivi. In questo momento - prosegue Alexis - abbiamo le piante in vaso, in più ho quelle coltivate nel campo anche per il commercio all'ingrosso per chi vuole coltivarcela». Grande attesa per quello che sarà il primo raccolto tra settembre e ottobre. «I semi - prosegue Gosso - vanno acquistati da una ditta fornitrice ad hoc che in Italia vende alcune delle 70 varietà certificate. Il prodotto, che senza certificazione è illegale, va fatto analizzare prima della vendita e deve rispettare il limite dello 0,6% di principio attivo». «siamo gli unici in regione a fare infiorescenze - aggiunge il florovivaista -: a breve ci sarà un nuovo produttore al quale abbiamo fornito noi le piante».

(a.c)



IL SUCCESSO DELLA RIBOLLA

DA VITIGNO AUTOCTONO ABBANDONATO A GIOIELLO VITICOLO LA PRODUZIONE È TRIPLICATA. ORA IL NODO È LA TUTELA REGIONALE



» ADRIANO DEL FABRO

Tra i tanti successi passati e recenti del comparto enologico regionale, sul tavolo resta ancora in parte irrisolto il nodo della Ribolla gialla. Un vitigno (e vino) autoctono, fino a qualche decennio fa quasi abbandonato e, ora, divenuto indispensabile per ogni cantina che si rispetti. Nella versione spumantizzata (la più diffusa e trendy) o in quella ferma. Due i temi in discussione: come gestirne il successo (quasi) inatteso e la sua tutela finalizzata all'esclusività regionale. Per il successo, parlano i numeri.

ALL'IGT "VENEZIA GIULIA", UTILIZZABILE SOLO NELLE PROVINCE DI PORDENONE, GORIZIA E UDINE, È STATA DATA L'ESCLUSIVA PER LA PRODUZIONE DELLA RIBOLLA

Una crescita impetuosa

Negli ultimi due anni, la superficie investita a Ribolla è salita del 32%, mentre, la produzione, è cresciuta del 18,3%. Su base decennale, dal 2006 al 2017, secondo i dati forniti da Ceviq e Valoritalia, le superfici certificate (Doc e Igt) sono cresciute del 168%, raggiungendo quota 492 ettari; mentre le vinificazioni hanno coinvolto 43.435 ettolitri (8° vino più prodotto in Fvg), con un aumento di ben il 289,5%. Un fenomeno, dunque, facendo le dovute proporzioni, ben superiore a quello del Prosecco con, inoltre, una ulteriore crescita già prevista grazie all'impianto di alcune altre centinaia di ettari di nuove barbatelle.

Visto tutto ciò e la storia che racconta di un vino Ribolla presente in Fvg (e in Slovenia), già nel 1200, è naturale che i vignaioli nostrani vogliano tenere solo per sé questo gioiello viticolo. Per

la tutela, un primo passaggio è già stato fatto nell'autunno 2017, grazie al rimescolamento delle carte conseguente alla nascita della Doc interregionale del Pinot grigio, che si è chiamata "Delle Venezie". In seguito a questa operazione e all'accordo intervenuto fra i vignaioli di Fvg, Veneto e Trentino, si è deciso di chiudere l'Igt "Delle Venezie", che è diventata la "Tre Venezie" (dalla quale, oltre al Pinot grigio, è stata esclusa la Ribolla). All'Igt "Venezia Giulia", utilizzabile solo nelle province di Pordenone, Gorizia e Udine, è stata data l'esclusiva per la produzione e l'imbottigliamento della Ribolla (a partire dalla vendemmia 2018). Ciò vale, però, unicamente per il NordEst dell'Italia. Resta il problema della tutela nei confronti del resto del mondo.

Da notare, pure, che nella Doc Friuli VG è prevista la produzione della sola Ribolla gialla spumantizzata.

Tutela, promozione e ricerca

Cassata, recentemente, dal Ministero per le risorse agroalimentari, la proposta dei vignaioli friulani di costituire un'apposita doc monovarietale «ci si sta orientando verso una soluzione a "due facce" - spiega Adriano Gigante, presidente del Consorzio delle Doc del Fvg -. Due operazioni che dovrebbero camminare assolutamente parallele e contemporanee: la modifica del disciplinare della Doc Friuli con l'inserimento delle nuove norme sulla produzione della Ribolla (non solo spumantizzata), mantenendo un equilibrio tra le varie ragioni del posizionamento del prodotto, e la definizione di un sinonimo storico per definire le barbatelle, sul "modello Prosecco o Friulano": lasciare il nome Ribolla al vino (come Prosecco e Friulano, appunto) e cambiare il nome del vitigno (come Glera e Tocai friulano). Non può, nel frattempo, essere disattesa la costituzione del Consorzio di tutela che deve vigilare sulle norme, programmare la promozione e anche, a mio avviso, valutare con i colleghi sloveni l'eventualità di un percorso di tutela comune».

«A proposito di promozione - aggiunge Walter Filiputti, presidente del Consorzio Friuli Via dei Sapori - sono uno che ha sempre creduto in questo vino e nelle sue potenzialità tanto che, fin

dall'inizio degli anni '80, lo portavo con me in giro per il mondo. A oggi, tutte le cene organizzate dal Consorzio, vengono aperte con la Ribolla spumantizzata di Collavini, proposta come aperitivo. Spero che, su questa strada, si posizionino anche gli altri produttori regionali, cercando di collocare tale vino in una fascia alta di mercato e resistendo alla tentazione di continuare a piantare senza programmazione alcuna».

La questione della quantità produttiva è anche una delle tesi di lavoro affrontate dal progetto triennale di ricerca sulla Ribolla spumantizzata, sul quale è impegnata l'Università di Udine e che terminerà nel 2019. «Oltre a ciò - sottolinea il ricercatore Paolo Sivilotti - stiamo cercando di capire qual è il momento migliore per la vendemmia di questo autoctono, con delle prove in campo posizionate sia in collina che in pianura. Inoltre, relativamente alle variabili enologiche, stiamo studiando la questione della cosiddetta "presa di spuma" e approfondiremo un lavoro di comprensione sulla componente aromatica, attraverso una serie di analisi complete».

RECENTEMENTE È STATA CASSATA DAL MINISTERO PER LE RISORSE AGROALIMENTAR LA PROPOSTA DEI VIGNAIOLI FRIULANI DI COSTITUIRE UN'APPOSITA DOC MONOVARIETALE

Un punto importante che consentirà, finalmente, di andare oltre le parole, gli intenti e le dichiarazioni affinché i nostri vignaioli abbiano a disposizione gli strumenti conoscitivi che li aiutino a proporre sul mercato vini non solo più buoni, ma anche più uniformi e caratterizzati.

L'APPELLO DEL DIRETTORE DI CEVIQ, MICHELE BERTOLAMI

L'URGENZA DI UN DISCIPLINARE



“FINCHÉ CI SARÀ LA POSSIBILITÀ DI IMBOTTIGLIARE E VENDERE LA RIBOLLA COME VINO VARIETALE, LA QUALITÀ MEDIA RESTERÀ BASSA”

I controllori del vino non sono degli osservatori indifferenti all'evoluzione del comparto. Così, dalla sede del Ceviq (Certificazione vini e prodotti italiani di qualità), si segue con attenzione l'evoluzione e il trend di diffusione e sviluppo della Ribolla gialla. Tra l'altro, il Ceviq, con sede a Pradamano, è proprio l'Ente al quale è demandato il controllo della Doc Friuli e dell'Igt "Venezia Giulia".



«Innanzitutto, siamo molto attenti alla legislazione vitivinicola, naturalmente, e ai suoi continui aggiornamenti, per fornire le necessarie informazioni ai vignaioli, in tempo reale - spiega il direttore di Ceviq, Michele Bertolami -. Poi, il nostro focus, oltre che sulla certificazione vera e propria, si concentra sulla qualità poiché un vino, per essere etichettato come Doc, a esempio, deve essere pure degustato da una Commissione di esperti. Così non avviene con i vini varietali e, nel nostro caso, con la Ribolla gialla. Finché ci sarà la possibilità di imbottigliare e vendere la Ribolla come vino varietale, la qualità media resterà bassa e le aziende produrranno vini completamente diversi tra loro».

Si può spiegare meglio?

«Oggi, se voglio fare la Ribolla gialla spumante, come produttore ho tre opzioni: certificarmi come Doc Friuli; certificarmi come Igt "Venezia Giulia"; imbottigliare la mia Ribolla senza alcuna specifica di qualità (vino varietale, "vino da tavola")».

Con quale risultato?

«Doc e Igt rispondono a dei disciplinari che impongono rese produttive, determinate pratiche di cantina, una serie di controlli

L'ALLARME: DOC E IGT RISPONDONO A DEI DISCIPLINARI. NEL CASO DEL VARIETALE, IL RISULTATO È CHE SUL MERCATO VA UN PO' DI TUTTO

aziendali e un filtro sulla qualità attraverso le degustazioni. Nel caso del varietale, tutto questo viene evitato con il risultato che sul mercato va un po' di tutto. Di converso a questa possibilità, segnalo che, a oggi, le aziende che certificano la Ribolla gialla spumante come Doc Friuli, sono meno di dieci. Un'altra conseguenza di questa situazione è quella di mettere e trovare sul mercato tanti diversi stili di Ribolla, rendendo il prodotto difficile da riconoscere e da valorizzare. In verità, è possibile imbottigliare come varietale ("da tavola"), anche tutta una serie di altri vini

spumanti, ma la pratica non è diffusa poiché non c'è la richiesta di mercato».

Se andasse in porto il progetto del Consorzio delle Doc del Friuli VG di differenziare i nomi del vitigno e del vino, potrebbe essere utile a evitare l'utilizzo del varietale?

«Credo di sì e, dal mio punto di vista, dovrebbe essere un'iniziativa urgente, da prendere nel più breve tempo possibile. Una priorità se il mondo enologico regionale, come mi par di capire e vedere, crede nelle potenzialità di questo vino».

Si sentono pareri discordi, nel comparto enologico regionale, sul fatto della possibile differenziazione qualitativa e quantitativa, a esempio, tra produzioni di collina e di pianura, lei che ne pensa?

«Una volta portata la Ribolla nell'ambito di disciplinari certificati, non credo sia necessario intervenire in questa materia. Ogni produttore avrà la possibilità (e l'opportunità) di regolarsi come crede, in base alla richiesta del suo specifico mercato».

Dunque, quale futuro per la nostra Ribolla?

«Dal mio osservatorio, respiro qualche preoccupazione sui prezzi delle uve, ma credo si tratti di variazioni fisiologiche delle annate e del mercato che non devono allarmare. La richiesta di Ribolla rimane alta e, dunque, bisogna solo gestirla in maniera intelligente e, se possibile, programmata. Invece, mi dedicherei con maggiore profitto, rispetto a quanto fatto finora, alla ricerca del miglioramento qualitativo e della riconoscibilità del prodotto».

Adriano Del Fabro

VOLUZIONE DELLE SUPERFICI E DELLE PRODUZIONI DI RIBOLLA GIALLA A DOC E IGT IN FRIULI VG, NEL PERIODO 2006-2017

(nostra elaborazione su dati Ceviq e Valoritalia)

anno	ettari	incremento	ettolitri	incremento
2006	183,5	-	11.149	-
2017	492,0	+168,1%	43.435	+289,58%



LA VOCE DEI PRODUTTORI

NO A UN VINO "VICE - PROSECCO"

I RISULTATI REGISTRATI SONO OTTIMI, MA SERVE UNA ADEGUATA PROMOZIONE SUL MERCATO



Per fare il punto sulla situazione della Ribolla gialla, in Friuli, abbiamo ascoltato la voce di alcuni produttori. E non si poteva non iniziare da **Manlio Collavini**, viticoltore di Corno di Rosazzo, il patriarca riconosciuto dell'"invenzione" e del successo della Ribolla spumante, fin dal 1987.

«La Ribolla deve ancora partire - esordisce -. La nostra azienda ci ha creduto in anticipo ma, a oggi, manca ancora la tutela del vitigno e il mercato è assai limitato: ce la beviamo quasi tutta noi. Per valorizzarla e promuoverla, serve agire in gruppo, come Friuli, pensare in tempo a una vera tutela e a un disciplinare serio da rispettare, senza far diventare questo vino un vice-Prosecco. Gridare al successo mi pare ancora prematuro», ammonisce.

Il giovane produttore dei Colli Orientali, **Michele Pace Perusini**, con un impianto di 4 ettari di Ribolla sui 12 vitati complessivi, esprime un po' più di ottimismo. «Nella nostra azienda di Gramogliano, oggi - spiega Michele -, la Ribolla ferma è il bianco più venduto, con un sensibile aumento degli acquisti che registriamo annualmente e che posso quantificare in un +15% circa. Questo vino, piace non solo per il suo nome, ma anche per la freschezza e la qualità che riesce a esprimere sulle colline friulane. Noi che, tra l'altro, rivendichiamo la Doc, partiamo da uve provenienti da tre biotipi aziendali selezionati da mio nonno Giampaolo e crediamo che il futuro della Ribolla stia nella qualità. Non solo Doc, dunque, ma anche Metodo Classico per quanto riguarda la versione spumante. Una strada che, nella nostra azienda, stiamo percorrendo con

decisione e convinzione».

«La nostra attenzione alla Ribolla non è casuale, in quanto varietà di gran pregio che dà prodotti di qualità e versatili - racconta Valerio Civa, parmigiano, proprietario dei Tenimenti Civa (43 ettari dei quali 10 a Ribolla) di Bellazzoia di Povoletto, nei Colli Orientali del Friuli -. Inoltre, puntare su questo vitigno vuol dire valorizzare l'identità territoriale. La nostra Ribolla spumante certificata Doc Friuli è sul mercato da circa 10 mesi - continua -, un tempo relativamente breve, ma i risultati che abbiamo registrato sono ottimi. I consumatori sono curiosi rispetto alla varietà autoctona friulana e stanno premiando sia la versione ferma che quella spumante, vinificata col metodo Charmat. Tale successo non è un caso perché il mercato ricerca l'autenticità di un vino rispetto alle sue origini e a chi lo produce. Affermati brand di Prosecco in terra veneta, che oggi producono Ribolla spumante in Friuli, non fanno altro che disorientare il consumatore, perplesso di fronte a questa nuova ambivalenza. Il legame Tenimenti Civa e Ribolla spumante Doc Friuli diverrà sempre più stretto nei prossimi anni con la produzione di 200.000 bottiglie. Un obiettivo ambizioso per le numerose difficoltà che un'azienda agricola deve affrontare, sia a livello di gestione sia di controllo dell'intera filiera produttiva, necessario per assicurare livelli di qualità sempre più elevati. La Ribolla - conclude Civa - rappresenta nuova linfa per la vitivinicoltura. Fanno bene, dunque, le aziende friulane a puntare su questo autoctono d'eccellenza». (A.d.f.)

NOVE ANNI DI ATTIVITÀ PER LO SPIN OFF DELLA MARMÌ ROSSI

CHICCHE DI DESIGN IN PIETRA PIASENTINA



MILLIMETRI4 LAVORA IL MATERIALE CON SPESSORI FINISSIMI
APERTO UNO SHOWROOM A FAEDIS CHE NARRA I LAVORI



Innovazione, ricerca, qualità e design. Sono le parole d'ordine che da quasi un decennio ispirano l'attività di millimetri4, spin-off della Marmi Rossi specializzata in realizzazioni in pietra Piasentina. Vere e proprie 'chicche' di design, rese uniche dalla lavorazione della materia prima proposta dall'azienda di Faedis: una particolare tecnica di taglio, possibile grazie a tecnologie d'avanguardia, permette, infatti,

di raggiungere spessori finissimi, mai toccati prima (4mm appunto), con una resa maggiore del materiale estratto, superiore di circa 2/3 rispetto a quella ottenuta con i metodi tradizionali.

Dopo 9 anni di produzione, millimetri4 ha deciso di mostrare alcuni dei progetti portati a termine aprendo uno showroom a Faedis, in via Soffumbergo 106, dove chiunque può rendersi conto dell'unicità e dell'eleganza delle varie realizzazioni. «Nel percorso ideale che abbiamo creato negli spazi di Faedis - racconta Micol Brezigar, art director dell'azienda - narriamo tutto il lavoro fatto fino a oggi, dalla Guarneriana di San Daniele fino alla Rinascente di Milano, passando per le grandi collaborazioni con il mondo del design come Ernestomeda o La Cividina».

Un'attività apprezzata in Italia, che però realizza la maggior parte del suo fatturato all'estero. La pietra Piasentina, infatti, è particolarmente apprezzata nel Nord Europa, in Africa, in Usa e in Canada, Paesi in cui l'azienda ha ormai consolidato il suo business. Un volume d'affari, assieme alla Marmi Rossi, di 800 mila euro, che dà da vivere

a 10 dipendenti. «Con qualche mese d'anticipo rispetto al nostro decennale - spiega Andrea Rossi, ceo e founder della millimetri4 - abbiamo deciso di rinnovare il nostro showroom e per farlo abbiamo pensato di organizzare una mostra-evento, rivolta ai nostri collaboratori, partner e ai professionisti con cui abbiamo collaborato negli anni. Ci è sembrato un bel modo per fare un punto, in vista di un traguardo così importante come quello dei 10 anni di attività».

Internazionalizzazione sì, ma mantenendo un forte legame con il territorio. Una relazione che prende forma non solo tramite i suoi prodotti, ma anche attraverso collaborazioni instaurate con altre realtà del Fvg. Per citarne due su tutte, quella con Friul Mosaic e la più recente con Fabbro Arredi, con cui ha realizzato un progetto di Rete d'impresa, 'Materia e Natura', finanziato dalla Camera di Commercio di Udine. Da questa collaborazione è nato Doi, un complemento d'arredo che mette insieme la sapienza di entrambe le realtà, fondendo legno e Piasentina, cultura artigiana e tecnologia.

Alessandro Cesare

SECONDO COMPLEANNO PER LA CZ PROMOTION

SOLUZIONI PER L'EDILIZIA

QUALITÀ, COMPETENZA E PROFESSIONALITÀ
AL SERVIZIO DEI CLIENTI DI TUTTA LA REGIONE

Non solo materiali, ma un servizio di assistenza ai clienti attraverso esperienza, qualità, competenza e professionalità. Nel panorama dell'edilizia regionale, da un paio d'anni, si è affacciata una nuova agenzia specializzata nell'offrire soluzioni alle richieste quotidiane del mercato. CZ Promotion, di **Samuele Cantarutti** e **Tiziano Zampieri**, con sede a Palmanova, ha da poco festeggiato il suo secondo compleanno e per celebrare l'anniversario ha organizzato un evento per i propri clienti durante il quale sono state presentate le principali aziende con cui collaborano tra cui Saint-Gobain, Isover-Weber ed Eterno Ivica, che rappresentano una garanzia nel pianeta edilizia. Isolamento termo-acustico di tetti, ambienti interni e facciate, impermeabilizzazioni, deumidificazione delle murature, sistemi per pavimenti in ambiti interni ed esterni, ma anche ripristino e protezione delle facciate in calcestruzzo o intonacate, rinforzi per i sistemi di consolidamento e delle murature, per arrivare a pitture e rivestimenti colorati e supporti per pavimenti sopraelevati. Dalla progettazione passando per l'assistenza all'impresa tramite il servizio offerto da una fitta e preparata rete di artigiani e applicatori in grado di assicurare costi certi e affidabilità esecutiva, CZ è in grado di dare risposte a 360 gradi dai monti al mare, coprendo l'intero Friuli Venezia Giulia. «Lavoriamo su tutto il territorio e grazie allo scambio

di informazioni riusciamo a conoscerlo in modo congiunto, scoprendo le differenze e le abitudini rispetto alla cantieristica di tutte le province, maturando ogni giorno maggior esperienza e apertura mentale verso un settore in continua evoluzione - spiegano i due agenti -. Tutto ciò per offrire soluzioni migliori ai nostri interlocutori, progettisti, imprese, artigiani ed applicatori specializzati, senza parlare solo di prodotto bensì di soluzioni, di pacchetti idonei a garantire sicurezza e qualità al cliente finale». Con alle spalle uno staff tecnico che affianca nella progettazione e diversi anni di esperienza come agenti, Samuele Cantarutti - agente di commercio dal 1999 e per 14 anni con Volteco - e Tiziano Zampieri - dal 2000 nel mondo del commercio, poi in Kerakoll e infine in Saint-Gobain - nel 2016 hanno deciso di dare vita a CZ Promotion. «L'idea è offrire qualità e unicità mediante uno stile nuovo, brillante, fresco e carico di entusiasmo - spiega Cantarutti -, partendo dalla condivisione di obiettivi e di progetti personalizzati al servizio di coloro i quali vedono la vita come un'opportunità per esprimere il proprio talento e coronare i propri sogni». Così è nata CZ Promotion: «Abbiamo deciso di unire le forze continuando con i marchi che, nel mio caso, già promuovevo - aggiunge Zampieri - e aggiungendo altre aziende che ci permettono di ampliare la nostra gamma di proposte e soluzioni per i nostri clienti». [Giulia Zanello](#)



CONCILIAZIONE SULLE CAUSE ENERGETICHE

LO SPORTELLO INFORMATICO PER IL CONSUMATORE

L'AZIENDA IN.I.T DEL GRUPPO PA
HA IDEATO UNA STANZA VIRTUALE

Una stanza virtuale dove risolvere le controversie tra clienti finali e operatori (venditori o distributori) di energia elettrica, gas o servizi, secondo un modello unico su scala nazionale. È quanto, in partnership con Namirial SpA, ha ideato In.I.T. Srl, società con sede a Perugia, nata nel 1996, parte del Gruppo Pa di Udine, realtà leader nel settore Ict in ambito business solutions, security it, networking e system integration. Questo spazio telematico di confronto si chiama piattaforma integrata per il Servizio conciliazione clienti (ScC) ed è legata all'informatizzazione dello sportello per il consumatore; consente di gestire l'intero ciclo di vita delle procedure di conciliazione, dalla presa

in carico delle istanze online alla risoluzione consensuale. Un modello che rappresenta un unicum in Italia. Questa soluzione consente alle parti di incontrarsi online e mette a disposizione un conciliatore esperto in mediazione, capace di individuare una soluzione di comune accordo. In.I.T. ha di recente vinto la gara indetta da Acquirente Unico, società pubblica interamente partecipata da Gestori servizi energetici Spa con sede a Roma. È attivabile nei confronti di tutti i venditori e distributori di energia elettrica, gas o servizi; è un mezzo di seconda istanza, poiché richiede il previo reclamo all'operatore, e permette un'interazione plurima (scritta, verbale e visiva) tra cliente e operatore, che si incontrano di regola appunto in "stanze virtuali". Non solo: fra i vantaggi, c'è anche quello di essere completamente online, dalla presentazione della richiesta di conciliazione fino alla conclusione dell'intera procedura, compreso l'eventuale raggiungimento dell'accordo.

IN VIA GEMONA. TRENTA VARIETÀ DIVERSE

TRAMEZZINI GOURMET

È NATO A UDINE UN PUNTO DI RITROVO PER GLI AMANTI DEL PANE TAGLIATO

Tramezzini gourmet realizzati con prodotti attentamente selezionati, a km0 e secondo la tradizione veneziana. Per gli amanti del pane tagliato a lunghe palette rettangolari prive di cornicioni da degustare imbottito di leccornie non ci sono più scuse: a Udine, ed esattamente in via Gemona al civico 8, ha aperto la prima tramezzeria della città "Tramezzino Doc". Ad accogliervi **Elena** e **Gabriele**, titolari dell'attività, che propongono all'incirca una trentina di varietà di tramezzini pronti ad accontentare tutti i gusti. Potrete degustare farciti di vario genere, dai più classici fino ai gusti più particolari come sgombro e cipolla di Tropea o zucca, sfilacci di cavallo e gorgonzola.

"Io sono di Martignacco - ci racconta Gabriele, socio di Elena - ma ho trascorso 23 anni a Padova e frequentando la città abbiamo realizzato che si faceva fatica a trovare un "vero" tramezzino. Un farcito che può sostituire sicuramente un pranzo, non parliamo quindi di un po' di pane e maionese, ma del tramezzino veneziano, tondo e non rettangolare, e ben farcito. Un prodotto che proponiamo fresco ogni giorno, che realizziamo nella nostra attività con una preparazione che seguiamo passo dopo passo, a partire dalla selezione del pane alla farcitura,

C'È ANCHE LA VARIANTE INTEGRALE, QUELLA ALLA CURCUMA CON SEMI DI LINO E QUELLA AROMATIZZATA ALLA BARBABIETOLA

fino ai prodotti di base come, per esempio, l'insalata russa, fatta rigorosamente da noi. La selezione passa anche per il pane, oltre al classico da tramezzino, che può assumere anche diverse colorazioni (verde e rossa) c'è la variante integrale, ma anche quella alla curcuma con semi di lino e quello aromatizzato alla barbabietola. Pane realizzato da una forno locale, senza aggiunta di coloranti artificiali: qui da noi si mangia genuino. Al suo interno solo salumi della zona grazie alla collaborazione con artigiani locali che propongono tante leccornie come, per esempio, lo speck del petto d'oca, insaccati di cervo e cinghiale, la regina di San Daniele che ci permette di realizzare



dei tramezzini gourmet".

Il locale offre 14 tavolini, 7 interni e 7 esterni collocati in un piccolo giardino artificiale ricavato in una corte interna, utilizzata soprattutto nel periodo estivo. Per chi preferisce, inoltre, c'è la possibilità di degustare i farciti a casa grazie al servizio d'asporto e di catering in occasione di eventi.

Ad accompagnare il vostro pranzo anche una selezione di vini e birre che Gabriele ed Elena curano personalmente: "Come prodotti locali abbiamo la birra Giulia, ma anche bionde austriache e belghe, entrambe in bottiglia. Per chi preferisce il vino non mancano le etichette friulane d'eccellenza come Collavini, Ermacora, Felluga ma anche vari Franciacorta."

Il costo di un tramezzino va dai 2.50 alle 3 euro e l'attività è aperta tutti i giorni, escluso la domenica, ma solo nel periodo estivo. Per le lunghe giornate d'inverno il locale sarà aperto anche la domenica mattina e proporrà colazioni gourmet alla scoperta dei sapori di un tempo e tramezzini, anche d'asporto da degustare per un pranzo tra le mura di casa, in tutto relax. [Luciana Idelfonso](#)

LA GIORNATA SOSTENIBILE

ORO CAFFÈ SEMPRE PIÙ GREEN STYLE

Si è tenuto sabato 23 giugno presso l'azienda Oro Caffè di Tavagnacco l'evento interamente dedicato alle energie rinnovabili e all'economia circolare: Green Style Day ha coinvolto in un convegno due massimi esponenti del settore Energia ed Oceanografia e tre aziende esemplari in Regione per l'economia circolare. Inoltre sono stati svolti anche numerosi test gratuiti di auto e bici elettriche di ultima generazione, distribuite informazioni sui vantaggi del fotovoltaico ed è stata l'occasione per ammirare numerosi modelli Tesla. Tutto sotto gli occhi attenti di 200 persone. A dare il benvenuto i padroni di casa, Stefano Toppino e Chiara De Nipoti, che dopo i saluti di rito hanno spiegato come nasce un'idea del genere in un'azienda che apparentemente potrebbe non centrare direttamente con la sostenibilità: "tutti siamo coinvolti per rendere il nostro pianeta più sostenibile, noi nel nostro piccolo siamo animati da una coscienza ecologica molto spiccata: l'attenzione all'ambiente ha sempre rappresentato un valore importante da portare avanti e da promuovere con onore e rispetto." Oro Caffè infatti è munita di un grande impianto fotovoltaico che governa tutti gli impianti elettrici aziendali e le macchine della produzione, permettendo di re-immettere in rete addirittura quasi 100 kw di esubero ogni giorno. Inoltre proprio quest'anno è stata installata una nuova tostatrice "green" di ultimissima generazione, tra le poche oggi in Italia capaci di abbattere le polveri a 10 ppm - quando il regolamento europeo fissa il limite a 50 ppm mentre la legge italiana a 200 ppm. Inoltre due anni fa' è stata inaugurata per il pubblico una colonnina di ricarica elettrica da 22 kw /h per auto gratuita, disposta nel piazzale dell'azienda.



L'UNIONE TRA DUE IMPRENDITORI, UN AVVOCATO E UN ENOLOGO

LE BOLLICINE FRIULANE CONQUISTANO L'ALTA MODA

ANGELO ALDOUS HERMAN CUVÉE BRUT È UNA GIOVANE AZIENDA CHE HA FATTO CENTRO CON UN VINO SPUMANTE DI ALTA QUALITÀ

Un'azienda nata per gioco, ma su basi serie e con obiettivi ambiziosi, dalla collaborazione di quattro amici - due imprenditori, un avvocato, un enologo - uniti dalla passione per le bollicine, che in tempi brevissimi si è affermata negli ambienti più esclusivi del panorama nazionale ed internazionale (un solo nome valga per tutti: Dolce&Gabbana).

Un unico prodotto di eccellenza: un vino spumante di alta qualità che rappresenta un'evoluzione dei "normali" proseccchi.

Angelo Aldous Herman Cuvée Brut è una giovane azienda friulana che ha fatto centro con un vino composto per il 70% da prosecco, il resto da chardonnay, "e poi la pennellata del nostro Angelo - spiega **Stefano Rumiz**, uno dei soci -. Il mercato ha recepito bene questo prosecco che è più vicino allo champagne, e se ne sta innamorando". Si vende bene in Italia, Costa Rica e Spagna, ovviamente solo in ristoranti di livello. A luglio, poi, il colpo grosso: le bollicine di Angelo Aldous Herman Cuvée Brut sono state offerte - unico prodotto assieme al blasonato Dom Perignon - agli eventi Dolce&Gabbana che si sono svolti a luglio sul lago di Como (sfilate Alta Moda e Alta Sartoria, party celebrativo, pop up boutique sul Piroscapo Patria). Il vino, unito all'elegante immagine della bottiglia, ha creato un'esperienza multisensoriale sofisticata a gusto, olfatto e vista. "Abbiamo puntato moltissimo sull'estetica, curata fino allo sfinimento, dall'etichetta

al packaging ai colori. Un'attenzione direi maniacale che va dalla perfezione della cassa, che contiene sei bottiglie in fila, all'incessante lavoro di marketing".

Ma come nasce questa bollicina così intrigante da riscuotere immediatamente un grande successo commerciale? Bisogna partire dalla storia di **Angelo**: nato in Canada nel 1978, con studi in ambito viticolo ed enologico presso l'Istituto Tecnico Agrario specializzato in Viticoltura ed Enologia di San Michele all'Adige, in provincia di Trento, dove già suo padre Silvio Jermann si era diplomato nel 1974, due lauree in Viticoltura ed Enologia all'Università di Udine, un

IL PRODOTTO È STATO OFFERTO AGLI EVENTI DOLCE&GABBANA CHE SI SONO SVOLTI A LUGLIO SUL LAGO DI COMO

Master in Business and Administration al MIB di Trieste, Angelo ha un destino "frizzante" già segnato. Figlio d'arte, enologo, sommelier, relatore e degustatore ufficiale, dopo aver lavorato per anni presso Jermann, storica azienda vinicola di famiglia, e fatto esperienze in



Franciacorta, Friuli Venezia Giulia, Sicilia, Argentina, Cile, Brasile, Germania e Nuova Zelanda, inizia lo studio di un vino spumante "speciale". E corona il sogno di una propria etichetta: "Angelo Aldous Herman viticoltori".

Anche Rumiz proviene dal mondo del vino e ha come background l'impresa di famiglia. Per il futuro prevede grandi cose e anticipa: "Metteremo a punto almeno due prodotti di cui uno forse un rosé, è il mercato estero a chiedercelo".

Rosalba Tello

NUBE, MOUSSE LOUNGE E CHIPS

TRE PRODOTTI ARRICCHISCONO LE SEDUTE DI CHAIRS & MORE

Tre nuovi prodotti firmati da tre diversi designer: così Chairs & More si è presentata all'edizione 2018 del Salone del Mobile di Milano. Con l'immane appuntamento della fiera, vengono alla luce gli esiti del percorso di ricerca e sviluppo coltivato nell'ultimo anno, condotto da un lato affidandosi all'occhio esperto di interlocutori noti e dall'altro investendo sulle nuove proposte.

Dalla longeva collaborazione con Roberto Paoli, già autore di Babah, una delle sedute che maggiormente identifica il brand, quest'anno nasce Nube, una collezione di sedie e sgabelli in poliuretano morbido, che si compone di una scocca formata da quattro elementi curvi simili a cuscini, che può essere montata su basi in legno o metallo, sia con quattro gambe che a slitta. Con questa nuova seduta dalle linee soffici ed eleganti, Paoli sperimenta le possibilità plastiche del materiale, disegnando

A REALIZZARLE TRE GIOVANI DESIGNER IN OCCASIONE DEL SALONE DEL MOBILE DI MILANO

forme inedite e leggere come fiocchi di nuvole, capaci di unire armonicamente estetica e comfort.

Mousse lounge riprende le fila di un discorso iniziato un anno fa da Tommaso Caldera, giovane e premiato designer. La famiglia Mousse si allarga con una nuova poltrona, dove il concept iniziale viene interpretato ora da una seduta dalle forme più generose e un design ancora più avvolgente. Un'interessante "variazione sul tema" per ampliare le possibilità espressive di Mousse nel mondo contract.

La terza novità porta la firma dello Studio Pastina, alla sua prima collaborazione con Chairs & More. Si chiama Chips ed è una linea di sedute con scocca rivestita in tessuto, montata su basi in legno di faggio o in metallo nero. Un prodotto fresco, delineato da superfici semplici e decise, che dimostra appieno la capacità dell'azienda di mettersi in gioco per dare corpo a progetti innovativi.

Un Salone ricco di novità per Chairs & More, che con Chips, Nube e Mousse lounge ha presentato tre proposte briose, capaci di interpretare mood diversi per valorizzare progetti di arredo che spaziano dal mondo contract a quello residenziale.



A PALAZZO SCAINI UNO DEI GIOIELLI DEL TERRITORIO

GALLERIA D'ARTE E CASA D'ASTE

ARTESEGNO È DIVENTATA UNA DELLE PIÙ RAPPRESENTATIVE REALTÀ
PER I COLLEZIONISTI. IN ESPOSIZIONE MILLE OPERE L'ANNO

È passata dall'essere una piccola galleria d'arte fino a diventare una delle più rappresentative realtà nazionali rivolte all'arte moderna e contemporanea. Parliamo di Artesegno, impresa con sede a Palazzo Scaini, in via Gervasutta 29.

"E' più di vent'anni che siamo sul territorio. Siamo partiti nel 1998. Poi, dieci anni dopo, abbiamo affiancato alla galleria d'arte una casa d'aste, spinti dai collezionisti e dal mercato. La galleria è rimasta comunque un punto di riferimento" - racconta Anna Sanna, responsabile dell'amministrazione della struttura. Per quanto riguarda i mutamenti del passato, non possono però dirsi definitivamente conclusi.

"Il nostro è un contesto sempre in grande evoluzione e bisogna saper stare al passo con i tempi. C'è tanta concorrenza e tanta offerta, perciò ci siamo specializzati nell'investimento in arte: per emergere".

Ad operare a Palazzo Scaini, oltre ad Anna, sono altri tre soci: Domenico De Stefano per i contatti con i collezionisti, Roberto Rizzi per la logistica, Giuseppe De Stefano sul fronte del web. Ci sono poi due assistenti, Ivan Marchiol e Stefania Volpe.

L'attività di questo polo dell'arte si rivolge al mercato italiano ma è anche molto radicata sul territorio, grazie alla collaborazione con enti pubblici e musei per la realizzazione di eventi (per citarne alcuni: Musei Civici di Vicenza, Galleria d'Arte Moderna di Udine, Provincia di Udine, Comune di Tolmezzo, Comune di Moggio Udinese, Comune di Palmanova, Consiglio Regionale di Trieste).

La Casa d'Aste, nello specifico, tratta circa 1000 opere l'anno, in gran parte d'alto pregio e legate alle avanguardie internazionali del secondo Novecento. Si parla di quadri, sculture e opere grafiche spesso rintracciabili solo nei grandi musei d'arte internazionali. Tra il patrimonio di Artesegno, anche alcuni capolavori dall'elevato valore economico dell'arte Gutai, (esempio prestigioso di pittura informale giapponese). Durante ogni asta una sessione è però dedicata alla presentazione di opere di artisti della Regione.

Anche la Galleria annovera opere di artisti riconosciuti, impegnati nella nuova pittura degli anni Novanta. Ai nomi di rilievo nazionale si affiancano, anche in questo caso, altri provenienti dal Friuli- Venezia Giulia, ai quali viene così garantita una promozione fuori dai confini italiani.

I soci di Artesegno mettono poi in circolo, per il grande pubblico,



In alto Palazzo Scaini e un'opera su tela di Yasuo Sumi del valore di 180 mila euro

informazioni e strumenti su materie di cui sanno di poter vantare una certa competenza. Tra la casa d'aste e la galleria si possono infatti individuare, se opportunamente guidati, fermenti artistici riconosciuti dalla critica militante e acquisire nozioni per valutare in modo non approssimativo un'opera d'arte. [Emanuela Masseria](#)

LA PRESENTAZIONE DEL SOFTWARE

NUOVE SOLUZIONI PER AUMENTARE LA COMPETITIVITÀ



NUOVO DESIGN E FUNZIONALITÀ
DEL SOFTWARE FLEX, PER
GARANTIRE EFFICIENZA E
PUNTUALITÀ IN PRODUZIONE

Il tempo gioca un ruolo chiave sotto il profilo strategico per permettere alle imprese manifatturiere di essere competitive sui mercati internazionali. La puntualità di consegna e la rapidità di esecuzione non sono però solamente il risultato di un processo produttivo efficiente, ma anche l'esito di un sistema informatico che riesce a elaborare rapidamente i dati a disposizione, mettere a disposizione le informazioni delineando diversi scenari produttivi e condividere lo stato di avanzamento ed eventuali imprevisti. Ed è proprio pensando all'ottimizzazione dei tempi che Tecnest, azienda di Udine leader nelle soluzioni informatiche e organizzative per la gestione dei processi di produzione e supply chain, ha studiato il nuovo design e le nuove funzionalità della suite software proprietaria Flex. Le nuove soluzioni proposte insistono su due aspetti: il primo è la chiarezza di comunicazione, attraverso un look & feel completamente rinnovato in grado di fornire una migliore user experience, maggiore rapidità di interazione col sistema e la possibilità di verificare lo stato dei processi con un solo colpo d'occhio; il secondo aspetto



riguarda il potenziamento delle performance del software che garantiscono tempi di elaborazione dei dati in una manciata di secondi. Soluzioni che porteranno a un ulteriore miglioramento delle performance operative che Tecnest ha rilevato attraverso il proprio osservatorio.

Grazie ai propri progetti, Tecnest ha migliorato le performance aziendali dei propri clienti con risultati tangibili. Tra quelli rilevati negli ultimi 10 anni di progetti nel mondo manifatturiero vi sono un aumento del 20% dell'efficienza in reparto, la riduzione del 50% di tempo necessario alla generazione del piano di produzione, il miglioramento dell'on time delivery del 14% con la riduzione del 35% del numero di ritardi superiori ai dieci giorni e una puntualità di consegna migliorata del 26%.

GIOVANE IMPRENDITORE

MARCO BATTISTUTTA DOLCI DELIZIE A DOLEGNANO

Pasticcini, torte e biscotti, preparati solo con materie prime selezionate, creatività e passione.

Dolci delizie di ogni tipo si trovano nella pasticceria Charlotte di **Marco Battistutta**, dove la reginetta è soprattutto la torta charlotte, che ha dato il nome all'attività. Prelibatezza richiestissima a base di crema e frutta.



Nel settembre del 2011, il giovane Marco, appena ventiduenne, decide di avviare un'attività tutta sua in via Dolegnano di sopra 58/7 nella frazione di Dolegnano, nel comune di San Giovanni al Natisone.

"Era il mio sogno - ha raccontato - mettermi in proprio. Dopo aver frequentato il Civiform a Cividale, avevo iniziato a lavorare come

dipendente a tempo indeterminato". Ben presto matura la decisione di lasciare quella strada per intraprendere il lavoro autonomo.

E oggi, dopo 7 anni, riconosce di aver fatto "la scelta giusta".

"All'inizio - ha ricordato Marco, classe 1989 - è stato difficile partire da zero. La principale criticità era passare da dipendente a titolare e capire come organizzare il lavoro, come gestire i fornitori e la contabilità". Ma da subito il lavoro è aumentato. La clientela ha apprezzato la dolce offerta. E la fatica iniziale è stata ripagata.

Quale è l'ingrediente che rappresenta il punto di forza della pasticceria? "Lavoriamo con una accurata scelta di materie prime ci dedichiamo con passione e fantasia alla produzione di pasticceria per ogni occasione. Prepariamo l'offerta secondo le tradizioni di stagione, dai crostoli a Carnevale, ai panettoni a Natale". Su ordinazione torte per ogni ricorrenza e pasticceria fresca.

Tra le novità? Sempre più richiesti sono i dolci senza zucchero.

"Ho seguito diversi corsi in giro per l'Italia".

Quali sono i progetti per il futuro? "Entro fine anno abbiamo un programma un ampliamento degli spazi. E anche del personale. Questo ci permetterà di ampliare ulteriormente l'offerta".

Attualmente nell'attività è impegnato Marco in laboratorio, assieme a 3 collaboratrici. Con l'ampliamento degli spazi, prevede di rafforzare anche lo staff. La produzione della pasticceria Charlotte è destinata sia alla vendita diretta, che per conto terzi.

Che consiglio darebbe Marco ad un giovane pasticcere? "Seguire i propri sogni e credere nella propria attività che offre molta soddisfazione - ha risposto - tenendo però sempre i piedi ben a terra". E nel 2014 si è conquistato il premio della Camera di Commercio di Udine come giovane imprenditore.

Mara Bon

IMPRENDITORE STRANIERO

POESIA E CONFERENZE ALLA CREPERIE



Sodalizio tra imprenditoria e cultura, nel segno delle lingue e della promozione dei giovani artisti e di occasioni d'incontro e socialità. A stringerlo sono stati la Crêperie "Ce Bon" in via Pelliccerie 9, a Udine, e l'associazione di promozione sociale "Converse" (riconosciuta dalla Regione), che nel capoluogo friulano si occupa di corsi di lingue (numerose, dallo spagnolo al francese, dal russo al cinese) e organizza diverse iniziative culturali. L'idea è venuta a **Irina Dinkova**, russa originaria della Siberia, ma residente in Friuli da molti anni ormai, che gestisce il locale con la figlia **Daniela** (titolare), e alle rappresentanti dell'associazione, **Rosana da Costa** e **Gloria Costante**, proprio quando quest'ultima è approdata da "Ce Bon".

"È stato un incontro fortunato - spiega Irina, responsabile di "Ce Bon" -, perché le giovani fondatrici dell'associazione erano in cerca di una location che si prestasse a ospitare eventi di taglio culturale e hanno trovato qui da noi l'ambiente ideale. È un posto accogliente, moderno, luminoso e spazioso, molto adatto a trasformarsi nel set di un recital di poesia o di una conferenza".

Così le serate a tema, che si tengono ogni giovedì, sono partite con i migliori auspici e hanno subito avuto un certo successo. Circa ottanta/novanta persone hanno partecipato sinora a ciascuno degli eventi, fa sapere Irina, che ha intenzione di continuare la collaborazione anche per il prossimo autunno.

"Si tratta di serate organizzate per offrire occasioni di socializzazione e di approfondimento in una determinata lingua - spiega Irina -, focalizzati su racconti a sfondo storico, sull'arte o la poesia. I partecipanti hanno così l'opportunità di fare pratica di ascolto e conversazione in una lingua straniera che hanno intenzione di imparare o di perfezionare". A cura di "Ce Bon" e la parte conviviale della serata, con menù e bevande particolari che cambiano di volta in volta ("ma i prezzi - sottolinea Irina - restano sempre gli stessi e l'ingresso alla serata è libero").

Una filosofia, quella dell'incontro, alla quale Irina Dinkova si è sempre dedicata con convinzione, anche collaborando con l'associazione dei giovani russi all'estero, attiva pure a Udine. "Con l'organizzazione a cura di questo gruppo - racconta -, è stato proposto qui da noi di recente un incontro importante tra i giovani russi in loco e una deputata della Duma di Mosca. Altri eventi in questo senso continueranno a essere programmati". Per informazioni sulle iniziative di "Ce Bon", tel. 0432 1503469.



A sinistra, la titolare Irina Dinkova

Alberto Rochira

DONNA IMPRENDITRICE

MICHELA TASSAN E IL NEGOZIO DI MODA FEMMINILE

Cherie è il negozio di abbigliamento dedicato alle donne, un luogo intimo e piacevole pensato per far stare bene le clienti, per donare loro un momento di piacere e di serenità oltre che di shopping.

Cherie è stato aperto nel dicembre del 2016 a Udine in via San Francesco, nato dalla passione della proprietaria **Michela Tassan**, udinese, classe 1972: "ho lavorato per 15 anni nei negozi di Maurizio Anzil e dopo tanti anni di esperienza e di amore per



questo mestiere ho deciso di mettermi in gioco e provare ad essere imprenditrice."

Il negozio è dedicato alla moda femminile e Michela sceglie ogni particolare: "amo la moda, ma non fine a se stessa, mi piace il rapporto con le persone, consigliare le clienti, gli abbinamenti, lo stile personale,

curare allestimento e atmosfera di questo posto. Nel mio negozio infatti infatti entrano solo marchi e stilisti italiani, a partire dalla linea della friulana Viviana di Domenico."

Anche la location è stata una personalissima scelta di Michela: "è stato un insieme di casualità fortunate che mi hanno portato in questo posto, appena l'ho visto ho capito che sarebbe stato perfetto e poi mi piace questa strada. A partire dal Santo che le dà il nome visto il mio amore per gli animali ma anche perché è in centro in una via tranquilla, un po' più defilata e facilmente raggiungibile".

Il negozio è piaciuto da subito e ha ormai una clientela affezionata di ragazze giovani da 18-20 anni fino a donne più mature: "ovviamente è un lavoro fatto di dedizione e tante ore, sono da sola in negozio ma mi piace l'idea di crescere per gradi, testando il mercato e la città. Ho dovuto fare i conti fin da subito con la parte burocratica che rende ancora più impegnativa la gestione ma ho avuto grandi soddisfazioni. Il complimento più bello che mi possono fare le persone è dirmi che da Cherie stanno bene, che si sentono a loro agio". Michela, infatti, mette grande attenzione anche nelle piccole cose: ogni shopper per esempio viene personalizzata sul momento con una frase scritta a mano da lei stessa, una citazione o anche un suo personale pensiero legato a quella particolare cliente, a quel vestito, a quell'acquisto. Stessa cosa sulle pareti del negozio: semplici frasi che esprimono la sua filosofia di vita, il suo amore per la natura e il suo approccio alla quotidianità.

Progetti per il futuro? Iniziare con una piccola collezione uomo viste le tantissime richieste di clienti ed amici.

Francesca Gatti



LA RUBRICA ETICA&ECONOMIA

L'IMPRENDITORE È ETICO

IL FRIULI È TERRA DI IMPRESE PICCOLE E GRANDI OPPORTUNAMENTE GUIDATE

Quando si dice imprenditore spesso si pensa a una persona determinata e autoritario, uno che sa quello che vuole. Il più delle volte c'è anche un certo timore reverenziale nei suoi confronti..

L'imprenditore etico favorisce un senso di appartenenza all'azienda e crea uno spirito di squadra fra le persone appartenenti all'azienda. Mi si permetta citare due esempi di capitani d'industria, con i quali ho avuto la fortuna di collaborare, che sono tuttora un esempio per tutti: Andrea Pittini e Adalberto Valduga, figure indimenticabili. L'imprenditore sa perfettamente che i suoi collaboratori non sono tutti uguali, e che l'uno non vale l'altro! Sa ed è in grado di cogliere il meglio da ognuno. Sono concetti che i due citati imprenditori mi hanno ripetuto più volte.

Essere un imprenditore etico significa avere per prima cosa rispetto per i valori umani. È indispensabile far sentire importante chi lavora in un'azienda, farlo sentire parte di un qualcosa di più grande che dia un senso alla sua vita.

Essere un imprenditore etico significa allora rispettare i valori e l'identità delle persone, perseguendo i valori propri e dell'impresa, sviluppare un forte senso di appartenenza nelle persone che fanno parte dell'azienda, generare condivisione

degli obiettivi, permettere crescita e sviluppo del business e, quindi, benessere per chiunque operi in o per l'impresa (anche chi sta nell'indotto è importante).

Dedicare la propria vita, spesso sacrificando tanto, come affetti e tempo per se stessi, è ripagato se si realizzano i sogni di un'impresa, se si portano avanti aziende fondate dai propri avi con scrupolo ed etica. In Friuli vi sono figure di riferimento molto rilevanti cui potersi riferirsi. Due li ho già citati, ma come non citare Danieli, Snaidero, Fantoni, Paniccia, Calligaris, Bardelli, Collavini per parlare solo di alcuni dei grandi accanto ai quali vi sono molte figure di cosiddetti piccoli e medi imprenditori che rendono quotidianamente grande il Friuli. Si tratta di donne e uomini che con abnegazione, etica e professionalità ogni giorno "tirano su la saracinesca" e aprono la propria industria e la propria casa a chi con loro lavora e a chi acquista i loro prodotti. È un'economia reale che non va mai sottaciuta, che in questo decennio di crisi sociale ed economica ha contrastato l'assenza di etica della finanza, vera causa della crisi ormai alle spalle. Credo opportuno rendere un GRAZIE maiuscolo a questi imprenditori etici del Friuli.

Daniele Damele



IL RISTORANTE DEL MESE

CUM GRANO SALIS IL TEMPIO DELLA CARNE

UNA GRIGLIA A CARBONE IN PIENO CENTRO
LA MATERIA PRIMA VIENE DA TUTTO IL MONDO

» MARCO BALLICO

Una griglia a carbone in pieno centro, ma anche un moderno depuratore di fumi. **Ruggero Colotto**, maître bellunese sbarcato a Udine per amore, mostra con orgoglio i gioielli di Cum Grano Salis, fresca proposta di carne sulla brace, e non solo, in via Mazzini, a un passo dall'università. «La cottura a carbone è quasi unica a Udine - spiega il titolare -, ma siamo anche molto attenti all'ambiente. Non vogliamo dare alcun disturbo ai residenti. Tanto più da ospite della città».

Dopo quasi vent'anni alla Baita Mondscheïn di Sappada, Colotto, figlio d'arte (i genitori hanno gestito in Germania pizzerie e gelaterie), ha raggiunto la compagna a Udine e, dopo un paio d'anni di "caccia", ha trovato il locale adatto al suo progetto di ristorante. Nel marzo scorso l'apertura, assieme ai soci, con i quali ha da poco più di un anno rilevato anche La Buca di Bacco, enoteca di lunga data in via Cesare Battisti.

RUGGERO COLOTTO È STATO PER QUASI VENT'ANNI ALLA BAITA MONDSCHËIN DI SAPPADA

L'insegna Cum Grano Salis gioca sul doppio senso: «Si mangia usando la testa. E, nel nostro caso, basta un granello di sale per valorizzare al meglio la materia prima». La selezione è di qualità. E internazionale. Accanto a Pezzata Rossa e Fassona Piemontese, con qualche inserimento di carne toscana, la braceria offre tagli irlandesi, australiani, neozelandesi, uruguayani, iberici e statunitensi. «Grazie a un fornitore diventato amico - spiega Ruggero -, siamo tra i pochi a cucinare la costata irlandese di Hereford. Ma la ricerca è costante e i piatti cambiano con frequenza».

A coordinare la cucina c'è Massimo D'Odorico, il "regista". Alla griglia c'è invece Davide Celato. Nel menù entrano da protagonisti anche battute e tartare, oltre ai primi fatti in casa (le trofie al pesto fresco, lo spaghetti di Gragnano, filetti di pomodoro, crema di burrata e basilico, i quadretti di Montasio con raguttino bianco, agrumi e timo, le pappardelle al ragù di cinghiale), così come i dolci.

Molto ampia pure la carta dei vini. Il Collio, naturalmente. Ma nell'elenco entrano rossi e bianchi trentini, veneti, piemontesi, toscani, pugliesi e siciliani. E, per quel che riguarda l'estero, neozelandesi, francesi, tedeschi, ungheresi, croati e sloveni.

La sala all'ingresso di Cum Grano Salis conta una decina di coperti, ma lo spazio più ampio (65 coperti) è quello al piano sotterraneo, completamente rinnovato. «La novità - fa sapere ancora Colotto - è l'abbinata con la pittura. Con la direzione di Ivana Burello, presentiamo alle pareti l'esposizione di artisti a rotazione».

L'OSTERIA DEL MESE

"AL VOLT DI SEDE", PIATTI GUSTOSI E BED&BREAKFAST

C'è molta memoria del baco da seta nell'osteria di Corrado Liani, a Camino al Tagliamento. Aperto nel 1919 (dunque centenario, il prossimo anno), il locale era indicato inizialmente come "Là di Massout", facendo riferimento al soprannome paesano della famiglia Liani. All'epoca, era il nonno Giuseppe ad avere in mano le chiavi dell'osteria, passate poi ad Angelo e, ora, a Corrado, conosciuto e apprezzato imprenditore del settore turistico (la sua agenzia viaggi "DeliziaClub", è una delle poche, tra l'altro, a occuparsi di incoming e a puntare sulle bontà agroalimentari regionali).

«Con la ristrutturazione del 2002 - spiega Liani - ho provveduto a rinnovare completamente i locali e gli arredi, senza stravolgere la tradizione (fogolar compreso) del punto d'incontro paesano che l'osteria ha sempre avuto. L'accoglienza, la semplicità e la sobrietà sono nel nostro Dna e il tratto distintivo della nostra proposta.



Trattandosi di cambiamento, però, ho voluto "ritoccare" anche il nome che è diventato "Al volt di sede". Fa riferimento a un cambiamento (volt) fondamentale nella breve vita del baco da seta il cui allevamento tanto ha dato alle nostre famiglie rurali e, perciò, non deve essere dimenticato. Ma vuole essere pure un riferimento ai rapidi cambiamenti che possono capitare nella vita di ognuno di noi».

E anche il bed&breakfast adiacente all'osteria, ha un riferimento serico poiché Liani l'ha chiamato "Bozzolo dorato".

Da novembre 2017, la gestione del locale è stata affidata alla brava ed esperta Federica Magrini che, oltre ai vini del territorio, offre pure la possibilità di degustare piatti freddi a base di salumi e formaggi scelti e locali. Tra i quadri storici e artistici che arredano il locale, una posizione di rilievo la assume il bastone di legno di Raggio Martinelli, personaggio reso famoso da Mauro Corona nel suo romanzo: "L'ombra del bastone", i cui personaggi sono stati definiti da alcuni come i "Malavoglia del Friuli". "Al volt di sede" (via Roma 35), è chiusa il martedì e la domenica pomeriggio. Dal lunedì al sabato, è aperta dalle ore 7.00 alle 13.30 e dalle ore 17.00 alle 21.30. La domenica mattina, dalle ore 8.00 alle 13.30. Per informazioni: 0432 919005; 335 5319084.

Adriano Del Fabro

I BIRRIFICI

LE PROPOSTE ESTIVE: ECCO I CONSIGLI



L'estate vede sempre un incremento nei consumi di birra: calura e tempo libero sono potente incentivo ad una buona pinta. Anche i birrifici artigianali friulani propongono birre fresche e leggere (sia sotto il profilo gustativo che alcolico, mantenendosi generalmente tra i 4 e i 5 gradi), a volte stagionali - brassate cioè solo per l'estate. È il caso delle birre della linea funky di Garlatti Costa, nate come estive, ma che in realtà - dati i consensi ricevuti - sono spesso disponibili anche in altri periodi. Tra queste la Riff, ale belga di cui



il birraio Severino ha rivisto la generosa luppolatura e abbassato il grado alcolico, e la Flag, creata per l'apertura della nuova sede a Flagogna l'estate scorsa. Altro successo lanciato in estate e poi mantenuto è la session ipa "Dove canta la rana" del Campestre, dagli aromi freschi di agrumi e frutta tropicale, corpo snello, e chiusura di un amaro secco. Borderline propone ogni estate una session ipa, dagli intensi profumi tropicali e agrumati; e quest'anno

ha anticipato l'uscita della ginger golden ale, a cui zenzero e lime conferiscono una freschezza peculiare. Villa Chazil offre diverse birre adatte: dalla ale stagionale Rugiada ai fiori di sambuco, alla Mosaic - con aromi di mango e pesca gialla a cui seguono i toni agrumati -, alla Blanche, reinterpretazione del tradizionale stile belga con una luppolatura più generosa. Parlando di ricerca della frescura, niente di meglio che un giro in montagna: ad esempio a Sauris, dove Zahre ha nella sua linea classica birre fresche come la Pilsen e la Canapa - dagli intensi profumi della canapa coltivata in quota -; o a Forni di Sopra, dove Foglie d'erba ha recentemente festeggiato il decennale. Per l'occasione ha creato la Viva Là, una gose - tradizionale birra di Lipsia con frumento, sale e lattobacilli - con sale di Trapani e limoni di Siracusa; tra le classiche citiamo la Babel, pale ale portabandiera del birrifico, dagli aromi fruttati e resinosi, corpo snello e finale di un amaro elegante. Se non amate l'amaro puntate sulla Joyce, birra di frumento in cui il luppolo lascia spazio ai toni aciduli e puliti del cereale e del coriandolo e arancio dolce. Naturalmente questa panoramica non è esaustiva: il suggerimento rimane quello di visitare il birrifico più vicino a casa vostra! **Chiara Andreola**

GLI IMPORTI GARANTITI DALLE BANCHE SONO AUMENTATI DEL 10%

GARANZIA PER LE AZIENDE

L'INTERVISTA AL NEO PRESIDENTE DI CONFIDI FRIULI, CRISTIAN VIDA CHE SPIEGA LE NUOVE STRATEGIE DEL CONSORZIO

Confidi Friuli pronto a mettersi a disposizione delle aziende socie per supportarle in questo periodo di debole ripresa. Ecco, in sintesi, le parole del neopresidente **Cristian Vida**.

Qual è il valore aggiunto di una sinergia tra industria e commercio stretta nel 2009?

Crescere sotto il punto di vista del capitale e avere una struttura in grado di rispondere a più esigenze. Da un lato è vero che i due comparti sono diversi, dall'altro sono però in totale commistione nel proporsi al mercato. Ciò ha portato valori tangibili sotto il profilo dell'operatività. Le aziende socie infatti sono di varie dimensioni e noi siamo stati in grado di rispondere alle diverse esigenze, contaminando le aziende più piccole con la cultura di quelle più grandi.

Avete oltre 5mila soci. L'agenda del mandato?

La nostra mission è metterci a fianco dell'impresa, nelle scelte strategiche che deve compiere l'imprenditore e come facilitatori del finanziamento più opportuno in relazione all'iniziativa da intraprendere. Concretamente, ci impegniamo a dare una consulenza, un sostegno e un supporto tangibile ai soci.

Come è andato il primo semestre 2018? La ripresa è alle porte o tarda ancora?

Al 30 giugno gli importi finanziati dalle banche e da co-garantiti da Confidi Friuli sono aumentati circa del 10%. Anche l'andamento dei soci è in crescita; ad inizio di anno tra iscrizioni e cessazioni il saldo è +11 soci, mentre nello stesso periodo dell'anno precedente si registrava un -27. Sono sostanzialmente in linea le garanzie in essere. La ripresa è in atto in alcuni comparti, principalmente nelle aziende che si rivolgono all'estero, un po' più difficile resta

la situazione per chi ha il proprio core business in Italia. Siamo positivi, ma la ripresa è molto più lenta di quanto ci si potesse aspettare.

Quali saranno gli effetti della regionalizzazione del Fondo centrale di garanzia?

Gli effetti saranno molto positivi soprattutto perché le banche si affiancheranno ai Confidi che hanno una conoscenza maggiore dei propri soci. Noi infatti non ci fermiamo al puro merito creditizio ma guardiamo la qualità dell'attività svolta dall'imprenditore. Come Confidi Friuli, oltre a essere convenzionati con le principali banche della provincia di Udine, abbiamo deliberato una serie di condizioni di favore, con sconti commissionari del 25% rispetto allo standard di commissioni e abbiamo inoltre la possibilità di rilasciare coperture fino all'80% dell'importo richiesto. Forniamo poi attività di assistenza per la compilazione delle domande di garanzia. Abbiamo incentivato proprio per le imprese coinvolte nella crisi di Veneto Banca e

della Banca di Vicenza una riduzione del 30% della commissione di garanzia.

Punterete a ulteriori aggregazioni all'interno del sistema Confidi?

Abbiamo la fortuna di essere un Confidi solido e patrimonializzato e, chi mi ha preceduto, ha gestito in maniera coerente e corretta la struttura della società e il patrimonio dei soci. Riteniamo che i Confidi abbiano necessità di aggregarsi in maniera solida con piani e progetti industriali. Quindi sì all'aggregazione, che deve essere finalizzata al miglioramento delle condizioni per i nostri soci.

Giada Marangone



IL LIBRO DI DANIELE MARINI

I LAVORATORI DI OGGI SONO "FUORI CLASSE"

Sono "fuori classe" i lavoratori di oggi, non più circoscrivibili a un "corpus" unico o, appunto, una "classe" specifica, bensì "imprenditivi", parte di un complesso fluido, in cui sempre partecipano al processo imprenditoriale, cercando occasioni di sviluppo, crescita professionale, formandosi per skill sempre più evolute. Un esempio? **Alessandro Englaro** e **Mattiarmando Chiavegato**, tolmezzini di nascita ed esperienza fino al liceo, laureati a Padova e Venezia in ingegneria e architettura e ora rientrati in Carnia dove hanno fondato la loro startup, la Akuis srl, insediata al Carnia Industrial Park, con cui si stanno preparando a mettere sul mercato attrezzature e strumenti tecnologici e di design per fitness e riabilitazione. Englaro e Chiavegato hanno portato la loro esperienza, prima di dipendenti e ora di imprenditori start upper, alla presentazione, in Camera di Commercio di Udine, del libro "Fuori Classe" (edizioni il Mulino) dell'economista **Daniele Marini**. E con la loro volontà di lavorare coinvolgendo i collaboratori in un lavoro-passione, di incentivarli e non sfruttarli, di premiare il merito, hanno raccontato questo mondo di lavoratori di oggi e domani di cui il volume di Marini approfondisce ogni aspetto. A riflettere insieme a loro c'erano il presidente della Cciao **Giovanni Da Pozzo** e il segretario regionale Cisl, **Roberto Muradore**, moderati da **Paolo Ermano**.



CONFIDI FRIULI 2017

Affidamenti deliberati: 55,5 milioni

Garantito: 24,5 milioni

Garanzie in essere: 65,4 milioni

Soci: 5.255

Nuove ammissioni: 85

Patrimonio: 24,3 milioni

Utile: 42.421 euro

Indici di solvibilità: 32,9%

COSÌ SI EVITANO LE FALSE CROCIERE

IL CERTIFICATO DI SICUREZZA CONTRO LE TRUFFE ONLINE

I CONSIGLI DI GINO GAIER, TITOLARE DI CARNIA EXPRESS CON "EXTENDED VALIDATION" SI INDIVIDUANO I SITI FAKE

Quanta certezza abbiamo di non cadere in una truffa quando compriamo un servizio in Rete? La diffusione della tecnologia ha aggiunto la possibilità di utilizzare Internet quale "negoziato virtuale", ma sebbene il grado di sicurezza sia aumentato sempre più, nelle pieghe del web si possono annidare dei malintenzionati.

Quindi, come tutelarsi? **Gino Gaier** è il titolare di Carnia Express, agenzia di viaggi che opera dal 1978 a Tolmezzo, ed è online dal 1995 con propri siti specializzati: «Fino a non molto tempo fa i domini dei portali iniziavano con "http://", rivelatisi poco sicuri. Poi è arrivato "https://" che garantisce sicurezza con la connessione criptata ma non certifica chi c'è dall'altra parte del monitor - analizza Gaier -. Oggi c'è una miriade di siti e non è infrequente imbattersi in persone poco oneste che, da chissà quale angolo di mondo, fingono di vendere una crociera o affittare un appartamento e, dopo aver intascato la caparra, spariscono nel nulla». Gino si occupa di incoming da tutto il mondo, «e quindi - racconta - mi sono voluto munire di un certificato di sicurezza superiore chiamato "Extended Validation", in grado di attestare che l'azienda è reale, ha una sede fissa, è certificata da

enti pubblici. Nella Url dei siti di Carnia Express infatti, in aggiunta al dominio compare, oltre al lucchetto verde, anche il nome in verde dell'azienda, a garanzia che chi arriva sul portale sta dialogando con noi e non con un Fake site». Un modo per offrire concretezza e affidabilità ai potenziali clienti, una scelta presa con convinzione «della quale - aggiunge Gaier - sono orgoglioso. È una strada che consiglio vivamente, soprattutto per chi opera molto con Paesi extra Italia e sarebbe opportuno che la Camera di Commercio di Udine invogliasse tutte le imprese che desiderano lavorare con l'estero a compiere questo passo, a beneficio dell'intero sistema. Dotarsi di questo certificato, invece, non sarebbe necessario per chi operasse solo a livello italiano se nella Home page del portale venisse inserito un link al sito della Cciao dove chiunque potrebbe controllare i dati dell'azienda».

Carnia Express festeggia nel 2018 i primi 40 anni di attività e, oltre a Gino, vede impegnata la moglie **Pauline Grey**. La passione per questo lavoro li ha portati a visitare molte fiere importanti, dagli Usa all'Estremo Oriente «e anche grazie a questo, siamo una delle

Agenzia Viaggi & Vacanze
CARNIA EXPRESS.com
VIAGGI ORGANIZZATI IN TUTTO IL MONDO - PRENOTAZIONI AEREE - HOTELS - RENT A CAR - PULLMAN



pochissime agenzie in regione che fa incoming da tutto il pianeta. Oltre ai viaggi su misura in tutto il mondo, sia per gruppi sia per individuali, siamo specializzati nell'organizzazione di Tour in pullman in tutta Europa principalmente per stranieri. Un rimpianto? Il Friuli è ancora troppo poco conosciuto - conclude Gaier - e fatica a capire bene che cosa vendere del suo territorio e, soprattutto, a quale tipologia di turisti».

Luciano Patat



LE INIZIATIVE ALL'ESTERO

LA CCIAA SI CONFERMA AI PRIMI POSTI PER LE ATTIVITÀ PROPOSTE ECCO TUTTI I PACCHETTI FINO A FINE ANNO DIVISI PER SETTORE

I DATI 2015-2017

Oltre 4 mila imprese coinvolte

206 eventi all'estero

27 incoming

99 tra seminari e incontri

67 checkup

Tra le 20 Camere di Commercio italiane che hanno stipulato, nell'ultimo anno, gli accordi con Ice-Agenzia per iniziative di internazionalizzazione, la Cciao udinese sale sul podio: con 11 attività proposte è seconda, subito dopo il "colosso" Promos Milano, che ne conta 21. Lo ha evidenziato recentemente l'Ice stessa a Roma, durante gli Stati generali dei responsabili internazionalizzazione delle Cciao d'Italia: il direttore Ice **Piorgio Borgio** ha citato anche due casi di "best practice" camerale tra i percorsi efficaci di accompagnamento all'estero, quello di Promex Padova e quello della Cciao udinese in Marocco, con oltre 15 checkup gratuiti alle imprese e 6 aziende regionali partecipanti alla missione con b2b agendati a Casablanca tra marzo ed aprile.

Udine si conferma dunque tra le Camere più attive nel promuovere l'apertura all'estero delle imprese del territorio: è stata tra le prime, peraltro, a firmare il protocollo Ice, che deriva dalla riforma camerale e dall'accordo conseguente tra Unioncamere e Ministero dello

UDINE CON 11 ATTIVITÀ PROPOSTE È AL SECONDO POSTO TRA LE CAMERE CHE HANNO STIPULATO GLI ACCORDI CON ICE

sviluppo economico. E iniziative e numeri confermano la grande vivacità, con tante proposte cantierate anche per il secondo semestre 2018. Sul sito www.ud.camcom.it, nella specifica sezione Internazionalizzazione, sono già evidenziati pacchetti per ogni settore dell'economia friulana potenzialmente interessata: per il vino, un complesso piano di copertura di tutti i mercati emergenti, tra cui Canada con Grandi Degustazioni (adesioni chiuse), Borse vini in Messico (9 ottobre) e Asia (il consolidato mercato Giapponese con le classiche tappe di Kyoto e Tokyo e le grandi novità di Vietnam e Singapore); per agroalimentare e agrofood incoming di selezionati operatori dalle province canadesi (settembre), incontri b2b e Borsa del

Food a Pavia a fine ottobre; per il turismo la Borsa Mirabilia, a Pavia a fine ottobre; per l'edilizia la missione in Ghana (per cui sono già stati fatti i checkup a una quindicina di imprese) e per la meccanica in Sudamerica, con la missione a inizio ottobre tra Messico-Colombia e a inizio dicembre tra Argentina, Cile e Perù; per l'arredo grosse

IL PERCORSO IN MAROCCO, CON OLTRE 15 CHECKUP ALLE IMPRESE E 6 AZIENDE PARTECIPANTI AI B2B, È RISULTATO TRA LE BEST PRACTICE

opportunità ci saranno in Ghana e Centro America e ci sarà, più vicina, la fiera di Rovigno a novembre con già tante adesioni. La Camera è peraltro appena rientrata dalla missione studio, organizzata assieme a Confindustria Udine, in Cina, con le imprese innovative di industria 4.0. Tutte le iniziative della Cciao di Udine sono realizzate sempre in sinergia con il sistema camerale della regione e italiano e con le principali istituzioni e le associazioni di categoria. Stando ai numeri, in termini assoluti, la Camera udinese ha avvicinato nel triennio poco più di 4 mila imprese sui temi dell'internazionalizzazione, tramite 206 eventi all'estero - tra fiere, missioni e visite studio -, 27 incoming (accoglienza in provincia di delegazioni estere, commerciali e istituzionali), 99 tra seminari e incontri di approfondimenti tematici, nonché 67 checkup, ossia consulenze personalizzate con gli esperti-Paese. Tra i mercati più "richiesti" delle aziende figurano le Americhe con 660 aziende coinvolte in 109 attività dal 2015 al 2017, dopo l'Europa, con 1.121 aziende registrate alle attività (971 nell'Unione Europea). Da evidenziare anche le 44 imprese accompagnate nella lontana Oceania (7 eventi nell'ultimo triennio) e le 32 iniziative promozionali (seminari e missioni) sui mercati emergenti africani, con 171 aziende coinvolte. Sono infine oltre 8 mila e 300 le ore di formazione erogate sulle diverse tematiche d'impresa, con circa 3 mila partecipanti nel triennio.

APPUNTAMENTO L'11 SETTEMBRE

CORSO PER OPERATORI DEL SETTORE TURISMO

Un corso approfondito e mirato, che dà ai partecipanti, per esperienza e pratica, un'ottima probabilità di successo all'esame di idoneità all'esercizio di imprese ricettive. Lo propone la Camera di Commercio di Udine, con i suoi uffici della Formazione, e la nuova edizione è pronta in avvio martedì 11 settembre. Il percorso formativo si rivolge a tutti coloro i quali vogliono prepararsi al meglio nell'ottica di sostenere l'esame necessario per gestire un'azienda nel settore turistico e dell'ospitalità. La durata del corso è di 15 ore e le lezioni si terranno il martedì e giovedì dalle 14.30 alle 17.30. I docenti sono tutti qualificati e selezionati grazie alla collaborazione con Confindustria Udine. Il percorso formativo ideato dalla Cciao permette ai partecipanti di approfondire con professionisti esperti tutte le diverse materie richieste nella prova d'esame: la legislazione turistica e quella sanitaria, le norme igienico-sanitarie relative alle strutture ricettive e annessi servizi turistici, ma anche le norme in materia di lavoro e sicurezza sociale, in materia di somministrazione di alimenti e bevande, gli obblighi fiscali, nonché i tributi e le norme di contabilità aziendale e, infine, tutta la parte di organizzazione, amministrazione, controllo di gestione e adeguamento della politica aziendale alle tendenze del mercato. La modulistica è disponibile nella nuova sezione "Formazione" del sito internet della Cciao, www.ud.camcom.it, e le iscrizioni sono già aperte. Il corso si terrà nelle aule della Camera di Commercio di Udine, in via Morpurgo 4. Per info, anche sui costi, è possibile scrivere a mauro.chiaruttini@ud.camcom.it.

FORMAZIONE INVESTIRE IN PROFESSIONALITÀ

LA VENDITA INTELLIGENTE IN SALA (iscrizioni aperte)

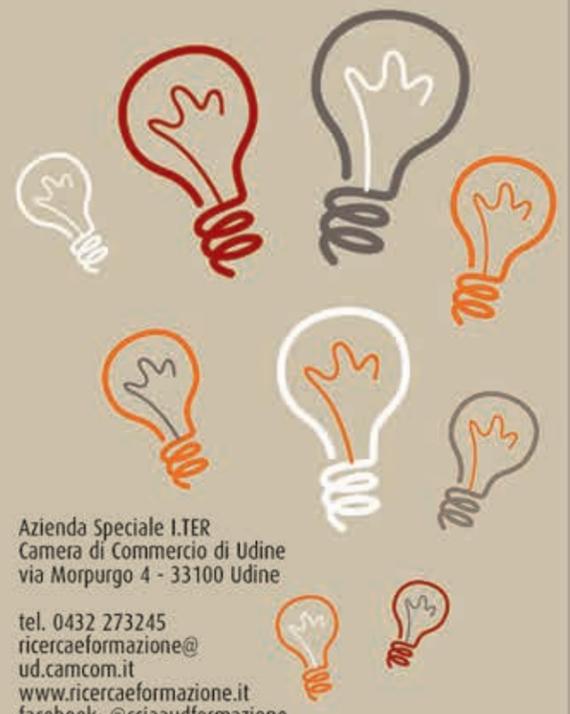
Il corso punta a fornire elementi innovativi alle imprese coinvolte nella filiera turistica e dell'accoglienza dei clienti. Grazie al coinvolgimento di esperti nazionali e internazionali, verranno presentati strumenti pratici per implementare le tecniche di comunicazione tradizionali e digitali, supportare la gestione delle risorse umane coinvolte in azienda, puntando a incrementare i fatturati aziendali avendo come fulcro il cliente. Un corso ad alta caratura professionale per affrontare quello che ormai viene riconosciuto come il "punto di svolta" della ristorazione: la gestione della sala.

da Lunedì 5 a Martedì 27 Novembre (30 ore)

- La relazione col cliente
- Vendita intelligente
- Community management: ovvero tutto quanto attiene ai social e ai media
- La comunicazione: come costruire l'immagine e diventare buoni oratori
- Ricerca del personale
- Il vino in ristorante: servizio come spettacolo e modo di rapportarsi al tavolo
- Il racconto del vino
- Gli abbinamenti per aumentare le vendite
- Il vino: bicchieri, vino al bicchiere, costruzione della cantina e della carta dei vini
- Investimento nei vini
- Le tendenze culinarie internazionali
- Conclusione e consegna attestati

DOCENTI

Antoine Magnier
Nicola Chighine
Pietro Arrigoni
Walter Filiputti



Azienda Speciale I.TER
Camera di Commercio di Udine
via Morpurgo 4 - 33100 Udine

tel. 0432 273245
ricercaeformazione@ud.camcom.it
www.ricercaeformazione.it
facebook: @cciaaudformazione

MIRABILIA

BORSA DEL TURISMO CULTURALE A OTTOBRE



Mirabilia è la rete di Camere di Commercio italiane, di cui fa parte anche Udine, impegnate a promuovere insieme le economie dei territori che ospitano siti Unesco cosiddetti "meno noti", per far ruotare attorno alla loro valorizzazione anche la crescita della proposta ricettiva e commerciale. Ogni anno, proprio nell'ambito del progetto Mirabilia, la rete organizza la Borsa internazionale del turismo culturale, che questa volta si terrà a Pavia, al Palazzo delle Esposizioni, il 26 e 27 ottobre. Le imprese di tutti i territori coinvolti (oltre a Udine anche Bari, Benevento, Caserta, Crotone, Genova, Matera, Messina, Molise, Pavia, Perugia, Potenza, Riviera di Liguria, Sassari, Sicilia Orientale, Venezia Giulia e Verona) sono dunque invitate a prendere parte all'evento, che permetterà di conoscere tramite incontri B2b - e possibilmente stringere accordi - con operatori economici del turismo culturale provenienti da tantissimi Paesi Ue, dagli Usa, dal Giappone e dalla Cina. L'evento è riservato agli imprenditori del settore: tour operator, agenzie di viaggio, albergatori, agenzie di incoming, operanti nei territori che possono vantare la candidatura o la titolarità di un sito materiale riconosciuto come bene patrimonio dell'umanità Unesco.

Prima di Pavia, la Borsa si è tenuta a Lerici nel 2012, Matera nel 2013, Perugia nel 2014, Lipari nel 2015, Udine nel 2016 e Verona nel 2017. Il programma dell'evento e la modulistica sono già pubblicati sul sito www.ud.camcom.it e gli interessati sono invitati a restituire la scheda di adesione entro il 17 settembre all'indirizzo PEC asp@ud.legalmail.camcom.it. A seguire e previa ricezione della password dal capofila progettuale Cesp Matera, l'azienda dovrà compilare in ogni sua parte il form online collegandosi al sito www.mirabilianetwork.eu per la redazione del catalogo e la preselezione degli appuntamenti. Per maggiori informazioni è possibile telefonare allo 0432.273537 o inviare una mail a promozione.info@ud.camcom.it.

IL PROGETTO

ARRIVANO GLI SPECIALISTI DELL'EXPORT

Ha preso il via il progetto EasyExport nell'ambito dell'accordo siglato a novembre 2017 tra Co.Mark e Unioncamere per offrire alle pmi italiane un sostegno concreto al loro processo di internazionalizzazione. L'iniziativa, della durata di sei mesi, coinvolge ventuno Camere di Commercio distribuite sul territorio italiano, di cui sei nel Nord Italia, fra le quali quella di Udine. In Cciaa, dunque, i Temporary Export Specialist Co.Mark favoriranno l'individuazione e l'erogazione dei servizi innovativi per l'export da affiancare ai servizi attualmente già forniti dalle strutture camerale, supportandone anche le attività di comunicazione e le azioni di marketing. Gli esperti opereranno a titolo gratuito per mezza giornata alla settimana e, contemporaneamente, formeranno gli operatori del sistema camerale trasferendo loro le conoscenze necessarie per poi poter assistere le imprese per una consulenza in tema di export. In Italia, Unioncamere stima ci siano almeno 45mila imprese con i numeri giusti per esportare stabilmente ma non lo fanno, per mancanza di competenze interne o perché non trovano soggetti che sui territori le assistono nel muovere i passi giusti. Di qui l'idea di realizzare partnership come quella con Co.Mark, che permetterà di proporre iniziative sempre più innovative per assistere i potenziali esportatori nel loro sforzo di raggiungere i mercati esteri di interesse. «Da oltre vent'anni affianchiamo gli imprenditori nello sviluppo della



loro strategia commerciale all'estero. I risultati ottenuti ci consentono di affermare che le Pmi italiane possono non solo gareggiare a testa alta nell'arena internazionale, ma anche ottenere grandi risultati e sbaragliare la concorrenza purché possano disporre delle competenze e degli strumenti idonei», commenta Massimo Lentsch, Amministratore Delegato di Co.Mark, Gruppo Tecnoinvestimenti. Allo scopo di diffondere la cultura dell'internazionalizzazione tra le aziende del territorio, Co.Mark e le Cciaa organizzeranno una serie di seminari gratuiti sul tema.

A BERNA

ADESIONI PER INDUSTRIALIS 2018

Dall'11 al 14 dicembre, a Berna (Svizzera), la Camera di Commercio di Udine promuove, all'interno della partecipazione collettiva italiana curata da ICE-Agenzia, la partecipazione friulana di aziende del settore meccanica-elettronica, alla Fiera "Industrialis 2018". Si tratta della prima edizione di una fiera biennale rivolta ai produttori e fornitori del settore Mem (meccanica, elettrotecnica e metallurgia), con particolare attenzione all'industria digitale del 4.0. Le principali aree tematiche della fiera riguardano gli strumenti di precisione, le tecnologie di misurazione per la produzione, i componenti per macchinari, la costruzione di sistemi, la componentistica, materiali, superfici e rivestimenti, la produzione additiva, la stampa 3D, i servizi e l'industria Cad. Gli interessati sono invitati a restituire la scheda di adesione presente su www.ud.camcom.it (sezione Internazionalizzazione) e il regolamento ICE Agenzia entro il 3 agosto all'indirizzo PEC asp@ud.legalmail.camcom.it. Per informazioni è invece possibile chiamare lo 0432.273532 o scrivere a progetti.info@ud.camcom.it.

GRAZIE ALL'UFFICIO ICCO

OPPORTUNITÀ PER IL CANADA



Continua e si arricchisce di nuove opportunità la collaborazione economica Friuli-Canada, grazie anche alla presenza in Cciaa dell'ufficio Icco, la Camera di Commercio dell'Ontario. Tra le anticipazioni per la seconda parte dell'anno, si sta lavorando proprio in questi giorni all'organizzazione di un corso di altissimo livello sulla business strategy, che sarà calendarizzato a ottobre e di cui saranno dati prossimamente tutti i dettagli su www.ud.camcom.it. È già tutto pronto invece per l'incoming di operatori dell'agrofood dal Canada, che saranno ospitati a Udine tra il 19 e il 21 settembre. Si tratta di una selezionata delegazione di importatori e distributori del settore (no vitivinicolo) provenienti da Toronto (ON), Montreal (QC) e Vancouver (BC). La Cciaa di Udine, peraltro, grazie all'impegno di Icco, sta organizzando una missione imprenditoriale in Ontario e Québec per il periodo 29 ottobre-2 novembre, con tappe ipotizzate Toronto e Montreal. La missione multisettoriale si terrà in occasione della eventuale partecipazione di un gruppo di imprese vinicole alle Grandi Degustazioni dei Vini Italiani in Canada organizzata da Ice Agenzia.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432 273531 273532
progetti.info@ud.camcom.it
www.ud.camcom.it

Per approfondire questi contenuti e trovarne degli altri di tuo interesse visita 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, cofinanziata dall'Unione Europea.



OPEN4BUSINESS 2018 INTERNATIONAL MATCHMAKING EVENT - Pécs (UNGHERIA)
04-05 ottobre 2018 | Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro

MISSIONE IN GHANA - Accra (GHANA)
15-19 ottobre 2018 | Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro

PARTECIPAZIONE ALLA REAL ITALIAN WINE&FOOD - Londra (GRAN BRETAGNA)
08-11 novembre 2018 | Food&Wine

MISSIONE IMPRENDITORIALE IN GIAPPONE - Tokyo (GIAPPONE)
12-13 novembre 2018 | Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro

BORSA VINI ICE GIAPPONE - Kyoto, Tokyo (GIAPPONE)
12-13 novembre 2018 | Food&Wine (vitivinicolo)

BORSA VINI ICE SINGAPORE - Singapore (SINGAPORE)
22 novembre 2018 | Food&Wine (vitivinicolo)

BORSA VINI ICE VIETNAM - Ho Chi Minh City, Hanoi (VIETNAM)
26-29 novembre 2018 | Food&Wine (vitivinicolo)

MISSIONE IN SUDAMERICA - Buenos Aires, Santiago del Cile, altre (ARGENTINA, CILE, PARAGUAY, PERÙ, URUGUAY)
03-07 dicembre 2018 | Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, altro



ACCOGLIENZA DI OPERATORI CANADESI DEL COMPARTO AGROALIMENTARE - Udine
17-21 settembre 2018 | Food&Wine, Altro (turismo)

MIRABILIA - BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO - Pavia
29-30 ottobre 2018 | Altro (Turismo)

UDINE OFFICE - ICCO (ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE ONTARIO) - Udine
Aperto i pomeriggi di lunedì, martedì e giovedì | Multisettoriale



ENTERPRISE EUROPE NETWORK

SI RICOMINCIA DA KLAGENFURT IL 30 AGOSTO

Tante nuove opportunità di partnership e collaborazione con imprese internazionali arriveranno anche nella seconda parte dell'anno grazie a Enterprise Europe Network - EEN, di cui la Camera di Commercio di Udine è sportello e riferimento sul territorio. Innanzitutto è già in promozione, con info su www.ud.camcom.it, la quinta edizione de "IL Parlamento europeo delle imprese", iniziativa organizzata da Eurochambres alla sede del Parlamento europeo a Bruxelles, in programma per il prossimo 10 ottobre. Oltre 750 imprenditori dai 28 sistemi camerati europei potranno discutere e votare su temi strategici per l'Unione europea. In concomitanza all'evento, nel periodo 8-11 settembre, Bruxelles ospiterà la sedicesima edizione della European Week of Regions and Cities organizzata dal Comitato delle Regioni, durante la quale si prevedono decine di eventi nei diversi settori d'interesse (adesioni entro e non oltre il 14 settembre della manifestazione d'interesse a progetti.info@ud.camcom.it). Altro evento interessante cui le pmi friulane possono aderire sono gli incontri bilaterali durante Open4Business, il 4 e 5 ottobre a Pécs. I comparti interessati sono clusters, industria dei macchinari, Ict, industrie creative, imprenditoria femminile.



La partecipazione all'evento di brokerage è gratuita e le aziende interessate devono registrarsi entro il 15 settembre sul sito dedicato all'evento <https://open4business2018.b2match.io/>. Ma i primi B2b a realizzarsi prossimamente sono quelli del 30 agosto, a Klagenfurt, durante la Fiera internazionale del legno. I settori in questo caso sono costruzioni in legno e prodotti, attrezzature forestali, salute sul luogo del lavoro, sicurezza e prevenzione infortuni, tecniche di raccolta legname, tecnologie per segherie, misurazione legname e It, bioenergia, trasporto e logistica. Per aderire gratuitamente le aziende interessate si devono registrare entro il 22 agosto sul sito dedicato <https://woodfair2018.b2match.io/signup>.

Per info www.ud.camcom.it e progetti.info@ud.camcom.it.

enterprise europe network

SELL OR BUY giugno 2018



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

GERMANIA: PMI tedesca è alla ricerca di un partner in grado di produrre una sedia in piccole serie di propria progettazione con utilizzo del CAD. La sedia di alta qualità è realizzata in legno massello (noce) o fibra dura e può essere utilizzata anche come ripiano. (Rif. BRDE20180628001 - Lug.18)

REGNO UNITO: Società commerciale con una consolidata rete di clienti composta da importatori e distributori locali di prodotti alimentari cerca produttori per espandere la propria catena di approvvigionamento di alta qualità, soprattutto prodotti freschi e bevande. (Rif. BRUK20180612002 - Lug.18)

POLONIA: Società commerciale interessata ad accordi di distribuzione online e d'agenzia sul proprio mercato cerca fornitori di dispositivi di trattamento aria, e sistemi di condizionamento d'interni (umidificatore d'aria, purificatore d'aria, riscaldatore d'aria, filtri per la purificazione). (Rif. BRPL20180629002 - Lug.18)

ROMANIA: Produttore di tubi corrugati cerca un fornitore di granulato di polietilene riciclato ad alta densità e granulato di polipropilene. Il fornitore deve essere in grado di consegnare grandi quantità in tempi rapidi. Possibilmente CIF porto Costanza o DDP. (Rif. BRRO20160510002 - Lug.18)

EEN.EC.EUROPA.EU



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

Camera di Commercio di Udine Azienda Speciale Imprese e Territorio
Tel 0432 273.531-537 - E-mail: progetti.info@ud.camcom.it

PREZZI RILEVATI DALLE COMMISSIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Giugno 2018

Fonte: Centro studi (Ufficio statistica e prezzi) Cciao Udine



L'accertamento dei prezzi all'ingrosso (relativi, cioè, alle transazioni tra imprese) è una funzione istituzionale attribuita alle Camere di Commercio.

Un mercato equo ed efficiente è, infatti, contraddistinto da ampiezza e trasparenza delle informazioni relative a domanda e offerta, e il prezzo ne è la loro rappresentazione di sintesi più significativa.

Mais	da 174,20 a 176,20 Euro a tonn.
Soia	da 355 a 358,40 Euro a tonn.
Orzo	da 150,67 a 155,67 Euro a tonn.
Fruento tenero buono mercantile	da 161 a 164 Euro a tonn.
Prosciutto San Daniele	da 15,55 a 16,45 Euro a Kg.
Formaggio Montasio (4-6 mesi)	da 6,50 a 7,00 Euro a Kg.
Gasolio da riscaldamento (2-5mila litri)	1,34558 Euro al litro
Gpl da riscaldamento (1-2mila litri)	1,79832 Euro al litro
Gasolio agricolo (2-5mila litri)	1,11537 Euro al litro

Per informazione più dettagliate: <http://www.ud.camcom.it/P42A3510C3523S409/Prezzi-all-ingrosso.htm>

SU WWW.UD.CAMCOM.IT

- DIFFUSIONE VARIAZIONI INDICI FOI SENZA TABACCHI IL 13 AGOSTO (DOPO LE ORE 13:00)
- NUOVO CODICE IBAN PER I PAGAMENTI CON LA CCIAA
- "LA VENDITA INTELLIGENTE IN SALA": APERTE LE ISCRIZIONI AL NUOVO CORSO DI FORMAZIONE
- COMMISSIONE PROVINCIALE ARTIGIANATO: PROSSIMA RIUNIONE LUNEDÌ 27 AGOSTO 2018
- CASSETTO DIGITALE DELL'IMPRENDITORE, SUPERATI I 2.000 ACCESSI. ECCO COME ATTIVARLO
- PUBBLICATA LA MODULISTICA PER LA RENDICONTAZIONE DEI BANDI CAMERALI 2017

CHIUSURE ESTIVE

SEDE DI UDINE

U.R.P. - Ufficio Relazioni con il Pubblico

CHIUDE il 13 e il 14 agosto
RIAPRE giovedì 16 agosto

Borsa Mercè

Rilevazioni prezzi "Cereali e Sfarinati" e "Avicunicoli"
SOSPESE venerdì 10 e 17 agosto
RIPRENDONO venerdì 24 agosto

Ufficio Arbitrato e Conciliazione

Sedute di mediazione SOSPESE dal 1° al 31 agosto
RIPRENDONO lunedì 3 settembre

Diritto annuale

CHIUDE al pubblico nei pomeriggi di luglio e agosto

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER

Ramo Promozione e Ramo Formazione

CHIUDE dal 13 al 17 agosto
RIAPRE lunedì 20 agosto

SEDE PERIFERICA DI TOLMEZZO

via Carducci 22 - 33028 Tolmezzo (Ud)
CHIUDE dal 6 al 24 agosto
RIAPRE lunedì 27 agosto

NEWS CCIAA

Camera di Commercio di Udine

Ci trovi in

Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Centralino 0432 273111
www.ud.camcom.it - urp@ud.camcom.it
PEC: urp@ud.legalmail.camcom.it

Per approfondire questi contenuti e trovarne degli altri di tuo interesse visita il sito www.ud.camcom.it



NEWSLETTER CCIAA UDINE INFORMA



Vuoi ricevere notizie su eventi, nuove iniziative, adempimenti della Camera di Commercio?
Iscriviti alla newsletter
CCIAA UDINE INFORMA!