



LE NUOVE VIE DEL TURISMO

LE ESPERIENZE D'ECCELLENZA DI UN GRUPPO
DI IMPRENDITORI, ALLE PAGINE 4 E 5

PUNTARE SU BRAND E SERVIZI

Pag. 2



TECNOLOGIA E ACCOGLIENZA SOCIAL

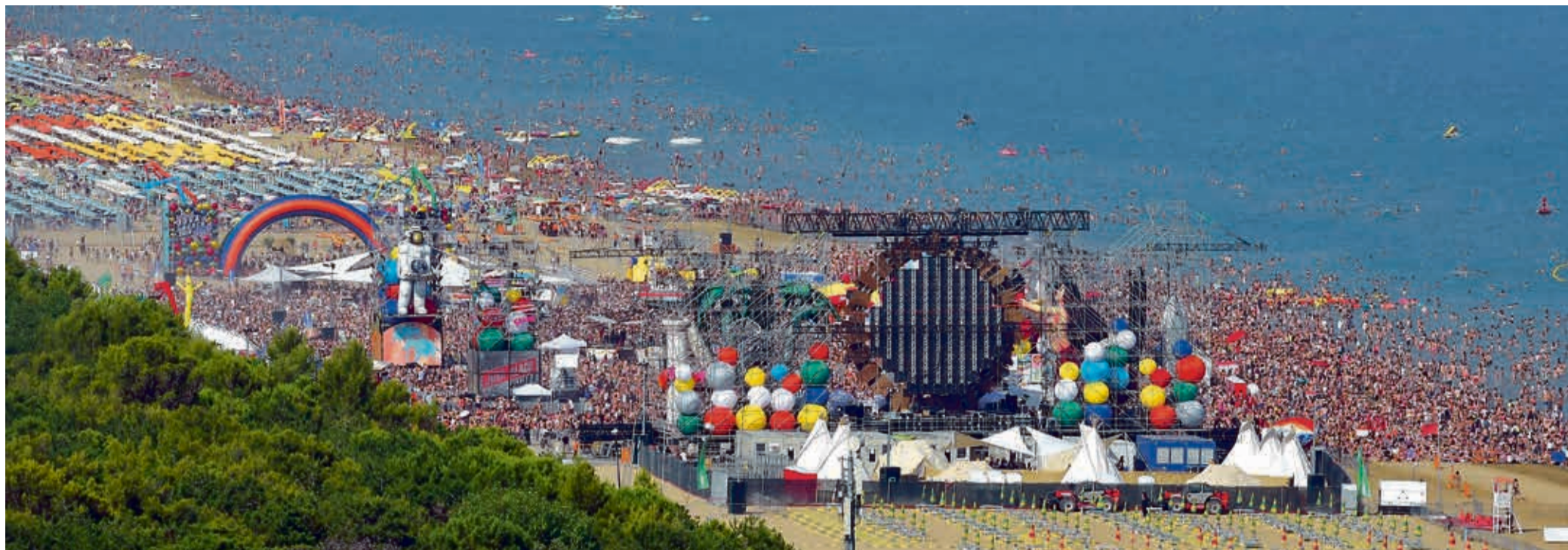
Pag. 3



CHEF DI TALENTO AL PREMIO LUNELLI

Pag. 6





CRESCE IL NUMERO DEGLI STRANIERI. CITTÀ E MONTAGNA IN GRANDE SPOLVERO

DAI BRAND AI SERVIZI, IL TURISMO RIPARTE

LA PROMOZIONE INTERNAZIONALE DEI MARCHI E IL POTENZIAMENTO DELL'OFFERTA COMMERCIALE A VANTAGGIO DEGLI OSPITI SONO FONDAMENTALI

I guasti provocati dal tempaccio di maggio già tutti recuperati a giugno; città in grande spolvero; montagna sempre più frequentata e spiagge in tenuta. Cresce il numero degli stranieri, mentre resta sostanzialmente fermo il mercato interno, la nota dolente.

È la sintesi dell'andamento turistico in Friuli Venezia Giulia che fa l'assessore regionale al Turismo e Attività produttive, **Sergio Bini**, avendo in mano i dati del primo semestre 2019 e un primo bilancio di un anno d'attività con le politiche messe in atto dalla Giunta di **Massimiliano Fedriga**.

«Abbiamo attivato una riorganizzazione complessiva in seno a PromoTurismo Fvg e nelle relazioni con gli attori sul territorio, a partire dai Consorzi turistici, e i ritorni sono già interessanti - spiega l'assessore -. È altrettanto chiaro, però, che le azioni intraprese hanno per se stesse obiettivi di medio-lungo periodo con risultati connessi».

Diverse le «dorsali principali», come sono state definite, lungo le quali si sta muovendo la politica turistica regionale: «Pensare al turista come a un cittadino temporaneo di questa regione, il che significa che oltre alle nostre bellezze dobbiamo offrire il meglio in servizi - elenca Bini -; rendere gli ospiti protagonisti e non pensarli solo come "arrivi" e "partenze" e in tal senso vanno le iniziative Instagram Challenge tra Grado e Lignano e quelle legate a importanti manifestazioni sul territorio, come per esempio "Calici di stelle", per rendere gli ospiti ambasciatori delle nostre località». Appartengono agli asset fondamentali anche la «promozione dei brand territoriali - Zoncolan, Montasio, Trieste, San Daniele, solo per fare qualche esempio -, puntando su una loro presenza internazionale ad ampio spettro, oltre ai mercati storici dell'area tedesca». Uno dei primi effetti di questo lavoro è «l'incremento degno di rilievo di ungheresi sulle nostre spiagge e a Trieste, un turista che ha capacità di spesa», evidenzia

L'ASSESSORE REGIONALE BINI: "I TURISTI SONO COME CITTADINI TEMPORANEI DI QUESTA REGIONE. BISOGNA RENDERLI PROTAGONISTI". COSÌ È NATA L'INIZIATIVA INSTAGRAM CHALLENGE

Bini, che mette in risalto anche «l'allocatione di importanti risorse in montagna per far crescere il turismo estivo e allungare le stagioni oltre i mesi invernali. I numeri che rimanda quest'area - osserva - sono già interessanti».

Trasversali a tutti gli ambienti, inoltre, due attenzioni: la valorizzazione delle vocazioni e l'interesse per il turismo slow anche connesso ai Cammini.

Tra i segnali che danno materia da elaborare per il prossimo futuro, secondo, l'assessore, vi è l'attrattività che esercitano le città regionali. «Trieste nel primo semestre è cresciuta dell'11,5%, Udine del 6,4%, Pordenone dello 0,5% - illustra -. Un fenomeno che si può accompagnare e potenziare anche attraverso un restyling della rete commerciale cittadina, con la reintroduzione delle botteghe di qualità. In questa direzione cercheremo di lavorare con la prossima legge SviluppoImpresa», anticipa l'assessore. Intanto i numeri del I semestre rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso: presenze in Fvg +3,6%; presenze stranieri quasi +5%; Tarvisio +2,7%, Carnia +3,2%. Con i consumi interni fermi, e anzi in lieve calo (-1,4% le presenze), le spiagge a inizio stagione tengono. **Antonella Lanfrì**



L'assessore regionale Bini e il direttore di Promoturismo Fvg, Lucio Gomiero. Sopra, il Jova Beach Party

Mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:

Giovanni Da Pozzo

Direttore responsabile:

Chiara Pippo

Vicedirettore:

Massimo Boni

Caporedattore:

Davide Vicedomini

Editore e Redazione:

Camera di Commercio di Pordenone-Udine

via Morpurgo, 4 - 33100 Udine

Corso Vittorio Emanuele II, 47 - 33170 Pordenone

Per scrivere alla redazione:

up.economia@pnud.camcom.it

Progetto grafico:

Unidea / Udine

Impaginazione/Fotoliti:

Creactiva / Udine

Stampa:

Finegil Editoriale Spa Divisione Nord-Est

Fotoservizi:

Petrussi Foto Press

Archivio:

C.C.I.A.A. - Antepima, Petrussi Foto Press e Tassotto&Max

Ambito turistico	Gennaio - Giugno 2016		Gennaio - Giugno 2019	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Tarvisiano, di Sella Nevea e Passo Pramollo	57.369	134.418	67.624	148.392
Carnia	50.385	164.528	59.276	192.424
Piancavallo e Dolomiti Friulane	22.243	76.286	20.447	86.491
Grado, Aquileia e Palmanova	119.862	372.648	150.167	475.479
Lignano Sabbiadoro e della laguna di Marano	204.068	706.762	242.037	793.567
Trieste	55.108	152.418	59.953	167.863
Gorizia	67.260	156.112	69.889	161.647
Udine	174.601	365.970	214.892	443.269
Pordenone	145.482	270.524	171.777	331.277
Regione FVG	Italiani	480.826	1.145.249	533.432
	Stranieri	415.552	1.254.417	522.630
	Totale	896.378	2.399.666	1.056.062

(*) Al 2016 sono stati aggiunti dei valori relativi al Comune di Sappada per permettere la confrontabilità con gli anni successivi

Fonte: PromoTurismoFVG/Istat



La presentazione di "Mappa delle opportunità Simoo" e di "Turismo BigData" alla Camera di Commercio di Trieste

LE NUOVE CHIAVI DI SVILUPPO TECNOLOGIA E ACCOGLIENZA SOCIAL PER CAMBIARE PASSO

Due piattaforme di nuova generazione mettono le Camere di Commercio a servizio del territorio collegando turismo e innovazione. I due strumenti, ideati da Isnart - in house del Sistema camerale specializzata in strumenti innovativi a favore del comparto turistico italiano - prendono il nome di "Mappa delle opportunità Simoo" e di "Turismo BigData", e sono stati presentati in luglio in Camera di Commercio della Venezia Giulia a Trieste. Proprio dalle elaborazioni di questi nuovi strumenti è emerso come il Fvg sia regione con significativi attrattori turistici, ma con una forma di accoglienza ancora tradizionale, che può e dovrebbe dunque puntare di più sulle nuove tecnologie (a partire da un coinvolgimento maggiore attraverso i social) per innovare la propria offerta.

"Simoo la mappa delle opportunità" è la prima e unica piattaforma basata su un sistema di Intelligenza artificiale, che permette di fornire alla governance e alle imprese nuove chiavi di sviluppo, evidenziando "ciò che c'è e ciò che manca" in un territorio, mettendo in connessione gli attrattori turistici con i servizi connessi, individuando carenze e opportunità. Per "attrattore" si intende una risorsa, materiale o immateriale, del territorio che può correlarsi con diversa intensità alla motivazione di vacanza del turista. Simoo (Surfing on the Map of Offers and Opportunities) consente di visualizzare la relazione tra un servizio, gli altri servizi del territorio e gli attrattori, riassumere i servizi, visualizzare statistiche dei servizi per tipologia e per qualità della prestazione.

Con la piattaforma Big data, invece, grazie appunto alla raccolta, all'elaborazione intelligente dei "grandi dati" disponibili sul comparto, se ne individuano le linee di sviluppo, quelle delle destinazioni, dei prodotti turistici locali e delle migliori pratiche di gestione d'impresa, potendo basare strategie e orientamenti non sulla base di semplici "percezioni" (che possono essere corrette o errate), ma appunto sulla "fattualità" dei grandi dati descrittivi del fenomeno turismo.

«Il turismo - ha detto il presidente camerale **Antonio Paoletti** - è stato sottoposto a un continuo processo di aggiornamento rispetto alle richieste della clientela e del rinnovamento dell'offerta. Per seguire tutte queste continue evoluzioni servono strumenti adatti e soprattutto aggiornati». Innovazione e alta formazione, per **Alessandro Tollon**, intervenuto in rappresentanza della Camera di Commercio di Pordenone-Udine, sono infatti tra i fattori principali su cui puntare per fare in modo che il turismo possa davvero volare. Perché «abbiamo i prodotti - ha detto -, abbiamo la qualità, ma dobbiamo fare in modo che la nostra "Ferrari" viaggi finalmente alla velocità che le è consona». Tollon ha anche evidenziato l'importanza «del ruolo delle Camere, soprattutto in merito alla raccolta e all'elaborazione di big data, per aiutare gli operatori a capire i trend, ad anticiparli e a orientare al meglio la propria offerta».

L'ITALIA IN CONFRONTO CON ALCUNI PAESI EUROPEI

	Presenze (in milioni) nel 2017	Var % su 2016	% stranieri
ITALIA	420,63	+4,4%	50,1
Francia	433,06	+7,0%	30,8
Spagna	471,20	+3,6%	64,9
Germania	401,16	+3,2%	20,7
Croazia	86,09	+10,6%	93,1
Austria	121,13	+2,7%	71,0
Grecia	111,27	+9,2%	80,2
Slovenia	12,46	+12,7%	68,0

Fonte: Eurostat

TRA GLI OBIETTIVI LA VALORIZZAZIONE DELLA LAGUNA DI MARANO E GRADO

NAUTICA, UN SETTORE CHE PUÒ ESSERE VOLANO DI CRESCITA

L'AMBITO IN FVG CONTA SU OLTRE 16MILA POSTI BARCA E 24 MARINE
L'ASSOCIAZIONE CHIEDE L'ISTITUZIONE DI UN TAVOLO PERMANENTE

«Occorre un tavolo di lavoro per il settore, stiamo dialogando con la Regione perché possa nascere al più presto. Serve una programmazione organica». Parole di **Mario Ordiner**, presidente di Assonautica Udine, associazione costituita nel dicembre 2008 e che mira a promuovere la nautica da diporto, il turismo nautico e l'Economia del mare. La sezione friulana di Assonautica Italiana, istituita dalla Camera di Commercio di Udine, fa parte di un ambito che, in Friuli Venezia Giulia, conta su 16.712 posti barca, 24 marine, 20 società nautiche e 5.900 addetti fra navalmeccanico, commercio e servizi (elaborazione al 31 dicembre 2017 su dati Infocamere). Di recente è nata FVG Marinas, la più grande rete d'Italia con oltre 7.000 posti barca e frutto dell'unione di 20 porti turistici.

Il comparto, come molti altri, sconta le difficoltà di tanti settori post crisi del 2008, anche se oggi conta su 614 localizzazioni attive. I segnali positivi non mancano, però «ora è il momento - rimarca il presidente di Assonautica - di istituire un tavolo permanente che

coinvolga tutti i portatori di interesse. È quanto stiamo chiedendo all'amministrazione regionale, per fissare le priorità e considerare le diverse sensibilità in campo. Il settore può essere un volano di crescita importante». La Regione, intanto, ha tenuto conto delle indicazioni espresse dal sodalizio, recependo alcuni suggerimenti all'art. 24 della legge regionale 26/2019. Valorizzare la laguna di Marano e Grado, il canale navigabile Litoranea Veneta e gli altri della laguna, far beneficiare porti turistici, dry marina o marina resort di contributi e finanziamenti agevolati per rinnovi di impianti e attrezzature equiparandoli a strutture ricettive vere e proprie, semplificazione procedure autorizzative per manutenzione ed escavo dei porti turistici e delle banchine attrezzate, rafforzamento della collaborazione con PromoTurismoFVG sono alcuni dei punti sottoposti al governo regionale. Diverse anche le proposte suggerite dalle associazioni: per citare due esempi, i dragaggi dovrebbero comprendere non solo tutta la laguna, ma anche gli affluenti navigabili, e sarebbe



opportuno, sempre in tema di dragaggi, garantire l'accessibilità dei punti di attracco di importanza turistica.

Ma quali sono le criticità del settore? «Per la nautica da diporto - fa notare Ordiner - va affrontata la navigabilità della laguna di Grado e Marano: deve essere sfruttata meglio sotto il profilo turistico. Vanno benissimo le azioni di marketing, ma occorre fornire servizi ai turisti per una destagionalizzazione e una fruizione a più ampio respiro. Ciò, però, anche tenendo conto che ci sono aree protette e oasi: bisogna lavorare tutti assieme per uno sviluppo sostenibile, a salvaguardia del patrimonio naturale». E per il comparto dei marina? «In questo caso pesa, e non poco, lo stallo relativo al regolamento di carattere generale sui Piani di Utilizzo del Demanio. Ci sono concessioni demaniali in scadenza, sembra come in altre Regioni possano essere prorogate per altri 15 anni, ma non sappiamo come reagirà l'UE. I marina - conclude Ordiner - sono in un limbo e paghiamo un certo immobilismo». **Luciano Patat**

INDISPENSABILE AVERE NUOVI STRUMENTI IN UN MONDO CHE CORRE VELOCE

LE NUOVE TENDENZE

LE ESPERIENZE D'ECCELLENZA DI UN GRUPPO DI IMPRENDITORI CHE HANNO TRASFORMATO IL TURISMO DI NICCHIA IN VALORE AGGIUNTO

«La grande complessità del turismo oggi - ha spiegato il presidente di Isnart **Roberto Di Vincenzo** -, che passa da quello di massa a quello delle "tribù", rende indispensabile avere nuovi strumenti, in un mondo in cui le decisioni avvengono nell'immediato». Al progetto nazionale realizzato da Isnart, hanno partecipato 18 regioni, proprio per dare al turismo una migliore organizzazione. «Manca spesso un collegamento - ha aggiunto **Flavia Coccia** di Isnart - tra l'attrattore e un sistema imprenditoriale di offerta che lo faccia diventare uno strumento anche economico. Questa mancanza di connessione è quello che abbiamo sviluppato nella "Mappa delle opportunità Simoo". Con la piattaforma Big Data, invece, si è ragionato in termini di recupero dei dati che esistono nel sistema camerale e in quello del turismo. In tal modo si

possono fare confronti sui territori, avere consapevolezza di come sta andando l'economia del turismo e quali sono poi le tendenze e i possibili futuri che ora possiamo prevedere e quindi anticipare».

I nuovi strumenti sono stati valutati positivamente dagli operatori del settore intervenuti alla presentazione e alla tavola rotonda coordinata dal giornalista **Francesco De Filippo**, responsabile dell'Ansa Fvg. In particolare anche **Lucio Gomiero**, direttore regionale di Promoturismo Fvg, ha evidenziato l'importanza di avere dati aggiornati, elaborati con algoritmi moderni.

A rappresentare il nuovo che c'è nel turismo regionale, sono intervenute poi le esperienze d'eccezione di un gruppo di imprenditori del settore. Ecco le storie delle imprese delle province di Pordenone e Udine.

Indicatori	Friuli V.G.	Italia
Unità di lavoro (Servizi di Alloggio e ristorazione)	30.000	1.528.200
Unità di lavoro dipendenti (Servizi di Alloggio e ristorazione)	17.400	985.500
Valore aggiunto Servizi di Alloggio e ristorazione (in milioni di euro)	1.208,2 (3,6% del PIL)	61.350,6 (4% del PIL)
Bilancia dei pagamenti turistica (saldo in milioni di euro)	+235	+16.227

Fonte: Istat e Banca d'Italia

WEDDINGITALY®

IL FRIULI DIVENTA LA META PREFERITA DEGLI SPOSI

WeddingItaly® - Punto di Fuga Viaggi ed Eventi, agenzia di incoming turistico, specializzata nell'organizzazione di matrimoni in ville e location esclusive, da vent'anni promuove il Friuli Venezia Giulia attraverso la creazione di eventi unici come le lune di miele per stranieri in Italia. In Friuli è stato tra i promotori e fondatori della rete di imprese "Friuli Wedding Network", punto di riferimento per la promozione del territorio regionale all'estero come destinazione per i matrimoni e come certificatore di qualità degli operatori aderenti. Attraverso questo genere di eventi si contribuisce



a promuovere il turismo esperienziale, in particolar modo legato al settore artistico-culturale e dell'enogastronomia.

L'azienda, che vanta un team di 13 persone, organizza anche eventi privati e aziendali, quali new opening, vernissage, eventi speciali sociali, team work, riunioni di settore, lancio di prodotti nuovi o eventi formativi e/o di incentivo. Dal 2018, con il prodotto EnjoyFriuli® organizza itinerari, gruppi ed eventi in regione. L'attività dell'agenzia non è solo incoming, infatti dalle sedi di Udine e Pordenone crea anche itinerari outgoing includendo anche matrimoni ed eventi importanti all'estero. «Il turismo è un fenomeno in continuo mutamento e anche le agenzie di viaggio e tour operator si devono adattare alle nuove esigenze del mercato globale - commenta **Alberto Ciani**, titolare di WeddingItaly® - Punto di Fuga Viaggi ed Eventi. Oggi essere innovativi significa innanzitutto essere globali ricercando clienti locali, nazionali ed internazionali e servirli con la stessa qualità ed attenzione. Vogliamo raccogliere maggiori aderenti per fare fronte comune e aprire nuovi canali affinché tutti, indistintamente, si possa emergere» chiosa Ciani. **Giada Marangone**

BO.DI BOTTEGA DIGITALE

PORTALI INNOVATIVI PER DARE VISIBILITÀ ALLE DESTINAZIONI

Realizzare portali turistici innovativi volti a promuovere e dare visibilità alla destinazione turistica: è questo il core business di BO.DI Bottega Digitale, realtà friulana che già nel lontano 2009 ha sviluppato un proprio gestionale dedicato alle strutture ricettive, comprensivo delle fasi di prenotazione, check-in, live-in e check-out, tutto online, contenente anche un sistema di customer satisfaction. La società, inoltre, progetta strategie digitali per la disintermediazione turistica.

«Abbiamo iniziato ad occuparci di progettazione ICT nel Turismo oltre dieci anni fa e nel 2011 abbiamo ottenuto il premio degli Innovatori da parte della Presidenza del Consiglio dei Ministri per un

progetto di dynamic packaging, ossia la possibilità di modificare in real-time il pacchetto turistico prenotato dal turista, in base alle condizioni della vacanza» le parole di **Gilberto del Pizzo**, titolare di BO.DI Bottega Digitale.

Bottega Digitale sviluppa, inoltre, soluzioni di business gamification (la capacità di inserire delle tecniche di gioco all'interno di un contesto di business).

«Il nostro progetto intende incrementare il business nel sistema turistico, creare un modello in grado di fare diventare il turista il promotore di una destinazione turistica. Tramite logiche di gioco vorremmo far divertire il turista e, a fronte del ricevimento di premi tangibili, comunicare in tempo reale ai propri amici l'esperienza che sta vivendo. Aumentando quindi l'erogazione qualitativa del servizio».

La vision di BO.DI Bottega Digitale è poter canalizzare mediante queste tecnologie la progettazione turistica regionale, in particolar modo la progettazione di reti di impresa, avendo già ideato Sauris For You e NaturalCarnia. (g.m.)



INFOFACTORY

LA COMMUNITY DI OPERATORI E VISITATORI

InfoFACTORY, realtà nata come spinoff del Laboratorio di Intelligenza Artificiale dell'Ateneo friulano e insediata nel Parco Scientifico e Tecnologico "Luigi Danieli", negli anni ha sviluppato diversi servizi digitali per il settore turistico: dall'analisi della reputazione di una località turistica allo sviluppo di soluzioni software personalizzate.



«Crediamo in un approccio al turismo digitale in cui si possano aggregare fornitori di esperienze, notizie e servizi di uno stesso territorio - le parole di **Paolo Omero**, CTO di infoFACTORY -. L'aspetto più importante del nostro approccio riguarda la gestione di un progetto digitale come occasione per costruire reti di

collaborazione tra operatori del territorio che spesso lavorano in modo isolato, non coordinato e con una bassa visibilità. Tutto parte - continua Omero - dall'analisi dei veri bisogni e delle opinioni del turista presidiando i social media per l'analisi, il racconto dell'esperienza di viaggio e la misurazione delle attività svolte».

Numerosi i portali di destinazioni turistiche realizzati: Grado (www.grado.it), San Vincenzo (<https://visitsanvincenzo.it>) e Lignano Sabbiadoro (www.lignanosabbiadoro.it). Quest'ultimo aggrega oltre 80 esperienze provenienti da diverse strutture, permette agli utenti attraverso un configuratore online di creare e condividere il proprio "piano vacanza" e permette di prenotare online e pagare in anticipo l'ombrellone in spiaggia. InfoFACTORY ha inoltre realizzato le app "Udine Vicina" e "Let'sGo!Gorizia", community di amanti della montagna con soluzioni cartografiche digitali anche in 3D, social media wall e sistemi di distribuzione automatica di eventi, tour e guide turistiche virtuali, piattaforme software dedicate all'archiviazione di materiale storico-artistico.

(g.m.)

VIA DEI SAPORI

CUCINA GOURMET IN LOCATION DI ENORME FASCINO

Eccezione e innovazione per il Consorzio Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori.

È attraverso l'alta qualità ed eventi esclusivi, eleganti e raffinati, in location di enorme fascino che i 20 ristoranti soci del Consorzio con vignaioli, distillatori, artigiani del gusto e realtà ad essi associate promuovono le eccellenze dell'agroalimentare del Friuli Venezia Giulia.



Un modo inedito e suggestivo per promuovere una regione ricca di bellezze autoctone come il Friuli Venezia Giulia. Denominati i Solisti del Gusto, attraverso i loro piatti e i vini raffinati raccontano e valorizzano una regione, portano avanti attività di promozione e di educazione

alla cultura enogastronomica e grazie anche ad un sapiente mix tra tradizione e innovazione, sono capaci di interpretare le tendenze e stimolare nell'evoluzione della cucina regionale.

Una vera e propria avanguardia turistica, un caso esemplare, tanto da essere stato inserito come case history di successo nel master internazionale in "management food and beverage" organizzato dall'Università Bocconi di Milano. Per **Walter Filippetti**, presidente del Consorzio, «La promozione turistica è e sarà sempre più legata all'enogastronomia proposta in maniera tale da coinvolgere il pubblico. Aspetto, questo, che FVG Via dei Sapori ha intuito già 19 anni fa. Si perché il cibo è tradizione, ricordi, futuro. Il cibo è legato all'ambiente. Il cibo è anche capacità di leggere e rileggere i passaggi di gusti. Ha in sé - la preparazione - il grande fascino della creatività quasi artistica, che coinvolge e ammalia. Ecco perché noi ci siamo inventati questo format dove lo chef cucina per il cliente davanti al cliente col quale colloquia».

(g.m.)

RETE IMPRESE SAURIS - ZAHRE PROMOZIONE INTEGRATA DELLA MONTAGNA

Insieme per promuovere in modo strutturato un territorio e le sue realtà. È con questa mission che nel 2018, 18 realtà operanti a Sauris decidono di collaborare insieme. Nasce così la Rete Imprese Sauris - Zahre.



«Per migliorare la nostra organizzazione interna e promuovere in modo strutturato le nostre attività ora siamo alla ricerca, tramite l'Università Ca' Foscari di Venezia, di un professionista che ci possa supportare nella promozione turistica - afferma **Antonella Petris**, titolare dell'albergo Pa' Krhaizar, una delle realtà

aderenti alla rete d'impresesauris - Zahre - . Abbiamo per il momento realizzato un sito internet dedicato, alcuni filmati e tramite un mentoring finanziato dal programma Interreg Italia-Austria EEsAA progettato quattro diverse esperienze da proporre ai turisti».

Si va da "Adotta un formaggio", visita guidata in malga e possibilità di acquistare una forma di formaggio, "adottandola", per poi seguirne la stagionatura a distanza, anche tramite social, con il supporto di un maestro affinatore; a "I fiori in tazza: imparare a riconoscere le piante officinali ed aromatiche", un breve corso di educazione naturalistica per il riconoscimento e la raccolta piante officinali e aromatiche e infine essere guidati nella preparazione delle tisane; passando per "Occhi al cielo alla scoperta delle stelle", una suggestiva camminata serata accompagnati un astrofilo; per terminare con "La Fava di Sauris, un legume nobile in una comunità di montagna" un tour che parte dal racconto al centro Etnografico dell'antica fava di Sauris fino alla visita guidata al birrifico Zahre con degustazione finale della birra alle fave.

Giada Marangone

SE SON ROSE A CORDOVADO IL PROFUMO CHE RICORDA IL CASTELLO

Turismo non è solo strutture ricettive, ristorazione, gite tra mari e monti, ma luoghi d'incanto, che offrono prodotti unici per una vacanza da ricordare. Se si parla di turismo d'avanguardia e di una realtà decisamente attrattiva, basta spostarsi a Cordovado di Pordenone dove l'intuizione di **Carlo Piccolomini** si è trasformata in un'impresa di successo. Se son rose è un emporio di prodotti cosmetici biologici e fragranze per l'ambiente. Tutto nasce dal giardino di rose antiche del castello, "un progetto da cui prende avvio Se son rose



con l'idea di entrare nell'atmosfera del luogo" spiega Carlo Piccolomini che ha deciso di far produrre una linea cosmetica biologica ispirata alle rose del giardino del Castello di Cordovado accompagnata da una linea di fragranze per l'ambiente creata in esclusiva da **Lorenzo Dante Ferro**, un "naso" molto conosciuto a livello internazionale. "La linea di prodotti è unica - spiega Piccolomini - c'è molta ricerca dietro i prodotti e ho scelto anche ingredienti che fossero curativi come l'aloe, il burro di karité o l'olio di semi di fico d'India", prodotti unici e molto apprezzati. L'emporio è stato pensato a spreco quasi zero, "per quanto possibile si cerca di farlo" afferma il proprietario che ha ampliato l'offerta in modo da rappresentare anche altre eccellenze del territorio: "con l'idea di proporre qualcosa di particolare, si possono trovare anche le forbici da giardino di Maniago e i scarpets, ricordi da portare a casa". Inoltre, all'interno dell'emporio è stata ricavata una piccola caffetteria, pensato come angolo di accoglienza. Tutto questo e la vendita, anche in e-commerce, di un brand unico, fa di "Se Son Rose" un'avanguardia del turismo. **Lisa Zancaner**

TREE VILLAGE A CLAUT C'È IL VILLAGGIO SUGLI ALBERI

Un'attrazione unica per il turismo all'avanguardia. È il Tree Village, il primo villaggio sugli alberi italiano, costruito in Friuli Venezia Giulia, a Claut, nelle Dolomiti friulane, dov'è possibile



pernottare e praticare varie attività all'aperto dedicate a tutti e visitare attraverso i percorsi organizzati le attrattive del territorio. "Il Tree Village è un unicum a livello nazionale - spiega **Renzo Grava**, l'imprenditore che ha realizzato il Villaggio - non esiste altra tipologia di villaggio come il nostro in tutto il territorio italiano, esistono

delle suites sugli alberi ma poco hanno a che vedere con natura, famiglia e ambiente". Casette tematiche, bioedilizia, strutture pet friendly e informazioni personalizzate sulla località turistica: una promozione a tutto tondo per un'esperienza fortemente attrattiva. "Nel panorama turistico nazionale non so che impatto abbia, ma è una certezza che i media italiani si interessano a noi, ultimi in linea temporale, una troupe di Sky ha registrato una puntata per Dmax e altri ancora come Sereno Variabile e il Corriere della Sera - afferma Grava - A livello locale distribuiamo "economia turistica" a piene mani nel senso che i nostri ospiti, qualche migliaio, arrivano da tutta Italia, molti con l'aereo e auto a noleggio, passano da noi qualche giorno e si spostano su tutto il territorio delle Dolomiti friulane, in particolare della Valcellina, diventando clienti di molte realtà della ristorazione, agriturismo, bar, gelaterie, negozi". Assieme ad altre realtà del territorio, recentemente è nata Dolomitemozioni, una rete di operatori turistici che ha l'obiettivo di creare un'offerta turistica nel territorio e suggerire agli enti locali la strada e le scelte da fare. (l.z.)

CONSORZIO PORDENONE TURISMO IL NETWORK CHE UNISCE LE IMPRESE

La squadra vince. Anche nel turismo. Una trentina di alberghi dislocati tra centro, periferia e comuni limitrofi, una dozzina di ristoranti, cantine e agenzie viaggi e fornitrici di servizi.



Tutto questo è il Consorzio Pordenone Turismo che trova il suo punto di forza nel presentare l'offerta del territorio in sinergia, tante realtà che condividono un progetto di marketing e promozione teso ad ampliare sempre più gli orizzonti del territorio sui mercati nazionali ed internazionali.

Si tratta di un consorzio di promocommercializzazione turistica della Regione Friuli Venezia Giulia che svolge la propria attività a favore delle imprese turistiche associate della provincia di Pordenone. Buona parte delle strutture è accessibile ai disabili e accoglie gli amici a quattro zampe, "cerchiamo di intercettare le nicchie più o meno grandi" afferma **Gianpiero Zanolin**. Ma, soprattutto, c'è la forza di un Consorzio. "Su un territorio come il nostro che, dal punto di vista turistico, magari non è conosciuto come il veneziano, proporsi insieme permette di abbattere i costi e di raggiungere un mercato più ampio di turisti, un risultato che singolarmente non si riuscirebbe a raggiungere. Però - precisa Zanolin - è un territorio che, una volta conosciuto, riesce a colpire il turista". Squadra unita vince ed è una strada che sta prendendo sempre più piede anche in Fvg, "dovrebbe essere la direzione giusta - sostiene - anche se a volte si fatica a far comprendere l'importanza di un Consorzio. Personalmente - aggiunge Zanolin - non vedo altra strada in una provincia relativamente piccola come la nostra" dove la forza del gruppo può fare la differenza per un turismo di successo. (l.z.)

FLYVE SRL SPORT E TERRITORIO: BINOMIO VINCENTE

Sport e territorio: un binomio vincente per il turismo. A giocare la carta vincente è Flyve Srl, la società nata per lo sviluppo di attività turistiche e sportive, impegnata soprattutto nell'organizzazione del XXII Campionato Mondiale di deltaplano Fvg 2019 e dello Spring Meeting, un evento internazionale per gli appassionati di tutta Europa. "Portare 30 nazioni per 15 giorni in Fvg è un'occasione per far conoscere il territorio a queste persone e farle tornare - afferma **Bernardo Gasparini**, pilota e manager -



il nostro obiettivo è quello. Durante i momenti di pausa della manifestazione, infatti, organizziamo visite nei siti più belli e importanti della regione". La società si occupa tutto l'anno di promozione del volo libero attraverso manifestazioni, eventi sportivi, in particolare legati al volo, accompagnamento di persone in volo, scuola di deltaplano, organizzazione e accompagnamento di piloti stranieri nelle zone di volo del Fvg, "con l'intento di portare gente dall'estero a volare nelle nostre zone", un biglietto da visita e di promozione per tutto il territorio. Non manca la collaborazione con molte strutture ricettive della zona, "gestiamo la zona di decollo del Monte Valinis a Meduno, tra le più frequentate nel territorio nazionale, con l'annesso il Rifugio Valinis recentemente ristrutturato dalla nostra società - aggiunge Gasparini - con attenzione particolare al territorio" e anche al sistema turistico sostenibile. Flyve, infatti, collabora anche quest'anno con Pefc Italia, il sistema di certificazione per la gestione sostenibile delle foreste: le pedane di decollo e il podio per la premiazione saranno realizzati con il legno schiantato dopo il passaggio di Vaia. (l.z.)

GELINDO DEI MAGREDI UN'ESPERIENZA A CONTATTO CON LA NATURA

Più che vacanza oggi il turismo dev'essere un'esperienza. È questa la strada scelta dall'agriturismo Gelindo dei Magredi, immerso nei magredi, a Vivaro, poco a nord di Pordenone.



Qui la famiglia Trevisanutto già nel 1970 ha strutturato l'azienda agricola anche in forma di fattoria didattica, un podere di 15 ettari in cui sono inseriti l'albergo-ristorante, gli alloggi agrituristici, una piscina con area benessere, l'agriturismo, cantina e laboratorio per le conserve. L'offerta è ampia: prodotti biologici, accessibilità ai turisti

affetti da disabilità e una struttura pet friendly, "una strada necessaria per realtà come la nostra che non si trova in una zona a vocazione turistica come il mare o la montagna - spiega **Chiara Trevisanutto** - e per ampliare l'offerta abbiamo deciso di creare diverse opportunità" nella cosiddetta steppa pordenonese. Nonostante la varietà di proposte per raggiungere diversi target di ospiti, il Gelindo dei Magredi segue una linea comune, "la vacanza in campagna e la scoperta del piacere di vivere immersi nella natura", un turismo che oggi attrae sempre più e un'opportunità che qui hanno saputo cogliere e sviluppare. Il target principale è rappresentato dalle famiglie con un'attrattiva unica per i bambini: gli animali. Anche il maneggio, nato per passione, è stato poi aperto agli ospiti. "Abbiamo sempre pensato di coinvolgere gli ospiti - aggiunge Chiara Trevisanutto - e non limitare il soggiorno a una vacanza passiva". Così il turismo diventa esperienza che punta sul territorio, sui prodotti enogastronomici, dalla cucina al wine tasting nella cantina dell'agriturismo ai laboratori dove s'impara a fare le conserve e con la propria foto sull'etichetta. (l.z.)

LA SESTA EDIZIONE

IL PREMIO LUNELLI LANCIA I GIOVANI CHEF

Il premio Lunelli, arrivato alla sua sesta edizione, contiene in sé due messaggi molto forti. Il primo è di natura morale. La famiglia Lunelli, colpita da un grave lutto per la scomparsa della loro figlia Silvia ad appena 28 anni, ha inteso ricordarla per aiutare i giovani cuochi (lei era anche appassionata di cucina) nella loro fase più delicata della formazione: quella che si apre non appena si è terminata la scuola, quando ci si sente sbalottati tra idee spesso confuse. Serve una spinta, una indicazione, un appoggio, anche solo morale. Servono, soprattutto, maestri che ti possano aiutare a individuare il tuo futuro. Ebbene **Roberto Lunelli** e sua moglie **Daniela**, con il loro figlio Marco, è questo che hanno voluto fare: premiare ogni anno un neo diplomato cuoco e farlo lavorare con i migliori chef della regione. A tu per tu non con un maestro, ma con cinque. E siamo al secondo messaggio. La scuola. Tema centrale per disegnare il futuro del nostro Paese. E chi se non i giovani possono farlo? Tema cruciale per l'Italia intera.

IL VINCITORE PASSA DUE MESI IN OGNUNO DEI CINQUE RISTORANTI DEL CONSORZIO FVG VIA DEI SAPORI CHE RUOTANO ANNO DOPO ANNO

Quando, poco dopo la scomparsa di Silvia, **Marco Lunelli** ci ha convocato al ristorante la Subida - che Silvia frequentava - abbiamo accolto l'idea con grande impegno.

Il percorso di formazione si svolge in tre fasi.

Innanzitutto, chi ha scelto di partecipare a questa prova sostiene l'esame d'ammissione, una prova pratica cui segue l'esame teorico, altrettanto importante. La commissione - formata dai ristoranti-chef che poi li avranno in carico per un anno, dalla Signora **Daniela Lunelli** e dal sottoscritto, in qualità di presidente del Consorzio Fvg Via dei Sapori, ha il compito di capire se l'esaminando ha dentro il "sacro fuoco" di primeggiare, d'impegnarsi a lavorare duro per diventare qualcuno.

ALLA FINE DEL PERCORSO DIDATTICO-FORMATIVO LA COMMISSIONE STESSA VALUTA SE L'ASPIRANTE CUOCO MERITA DI ESSERE PREMIATO PER L'IMPEGNO PROFUSO CON UNO STAGE FUORI DAL FRIULI VENEZIA GIULIA

Il vincitore passerà due mesi in ognuno di cinque ristoranti del Consorzio che ruotano anno dopo anno. Nei ristoranti il vincitore lavora in tutti i settori della cucina. In questo periodo, la famiglia Lunelli prevede per loro anche un compenso.

Alla fine del percorso didattico-formativo la commissione stessa valuta se l'aspirante cuoco merita di essere premiato per l'impegno profuso con uno stage fuori dal Friul Venezia Giulia. Al momento in cui scriviamo, **Chiara Pauli**, vincitrice del premio 2017, a fine 2018 è stata mandata nel tre stelle Michelin "da Vittorio" a Bergamo. Ebbene: alla fine dello stage - il 31 dicembre 2018 - i fratelli Cerea l'hanno assunta. Lei ha coronato il suo sogno. E con lei pure noi, assieme alla famiglia Lunelli.

Walter Filippetti



ROBERTO LUNELLI: "IL SOGNO DI SILVIA RIVIVE IN QUESTI GIOVANI"

NEL RICORDO DI UNA PASSIONE

IL RICONOSCIMENTO VUOLE PREMIARE I TALENTI CON L'OBIETTIVO DI FARLI DIVENTARE AMBASCIATORI DELLA CUCINA DEL FVG

Un premio voluto perché la passione di una ragazza strappata alla vita continui in giovani innamorati della cucina. Così è nato il premio **Silvia Lunelli** giunto quest'anno alla sua sesta edizione. Silvia è mancata l'11 giugno 2013, a soli 28 anni. Era laureata in giurisprudenza e aveva una grande passione per la cucina: perciò i suoi genitori, **Roberto e Daniela**, hanno deciso di istituire in suo ricordo un premio per la formazione di giovani chef del Friuli Venezia Giulia, con l'obiettivo di farli diventare ambasciatori della cucina e dei prodotti della regione. A occuparsi della formazione dei vincitori è Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori, il consorzio fra ristoratori, vignaioli e produttori top gamma dell'agroalimentare regionale guidato da **Walter Filippetti**, che ha elaborato il progetto e lo segue fin dall'inizio. L'obiettivo del premio è quello di aiutare i vincitori a entrare nel mondo



del lavoro con una consapevolezza più ampia possibile. Essi, infatti, trascorrono 10 mesi in 5 ristoranti del gruppo, dove possono apprendere i segreti delle varie cucine, lavorando fianco a fianco con chef famosi e hanno la possibilità di misurarsi con le difficoltà che la professione che vogliono intraprendere presuppone. «Silvia ha voluto laurearsi ma la sua vera, grande passione è sempre stata la cucina - spiega il padre Roberto -: voleva essere una persona capace di insegnare e consigliare gli abbinamenti giusti». Una passione insita anche nel Dna di Silvia: «la sua bisnonna -

spiega ancora papà Roberto - era stata cuoca dell'arcivescovo, nunzio apostolico di Vienna». Grazie al premio generosamente finanziato dalla famiglia Lunelli, il sogno di Silvia vivrà nei giovani che come lei esprimono in cucina la loro passione e il loro talento. **Anna Casasola**

I VINCITORI / 2019

GABRIEL, AMBIZIONE E TENACIA



Gabriel Rossi

È **Gabriel Rossi** di Alesso il vincitore della sesta edizione del Premio Silvia Lunelli. Diciannove anni, ha una grande passione per il mestiere del cuoco, verso cui dimostra una particolare attitudine. E lo ha già potuto dimostrare durante le esperienze di Alternanza Scuola Lavoro fatte da Nando a Morzegliano e Antica Osteria Le Grise a Talmassons

e in un importante ristorante veneto, quello del pentastellato Hotel Bauer di Venezia. Mai banale, con la giusta dose di ambizione, molta strada ancora ovviamente da fare, nei suoi piatti rispecchia la sua personalità e il suo carattere creativo e deciso. Già nel 2016 e nel 2017 ha partecipato al Concorso Beppino D'Olivio, sfida fra gli aspiranti che degli istituti professionali della regione.

I VINCITORI / 2018

LUCA, LA RISTORAZIONE NEL SANGUE



Luca Scarsini

Ad aggiudicarsi la vittoria nel 2018 era stato il carnico **Luca Scarsini** di Illegio. Luca ha la ristorazione nel sangue. È infatti figlio d'arte, visto che i suoi hanno ad Illegio una bella trattoria, La bottega di Pierute. «Cucinare è un piacere familiare - racconta - in quanto sia i parenti di mia mamma che di mio papà hanno una grande passione

per le arti culinarie: questo ambiente è stato determinante per la mia formazione, un vero trampolino di lancio per il mio futuro. Il tutto è stato poi incrementato dal piccolo ristorante di famiglia, che mi ha aiutato a scoprire da vicino questo mondo. I piatti che preferisco lavorare sono i primi e i dolci, ma sommariamente tutto mi appassiona. Ho una gran voglia di conoscere ed imparare!»

I VINCITORI / 2017

CHIARA, DALLA VITTORIA AL 3 STELLE MICHELIN

Lavora 14 ore al giorno in un ristorante di Bergamo che vanta 3 stelle Michelin. È consapevole che quella degli chef è una vita fatta di sacrifici ma sicuramente di tante soddisfazioni. Lei è **Chiara Pauli**, 21enne di Enemonzo vincitrice due anni fa, nel 2017, del premio Silvia Lunelli. Studente del corso Servizi per enogastronomia e l'ospitalità alberghiera dell'I.S.I.S. Jacopo Linussio di Tolmezzo, Chiara è risultata la migliore rispetto ai colleghi: un

passione, quella per la cucina, che per la giovane di Enemonzo ha radici lontane e che nulla ha a che fare con i riflettori che da qualche anno si sono accesi sulle cucine portando sul piccolo schermo chef e aspiranti tali: a spingere Chiara a studiare i segreti dei fornelli l'amore per la cucina coltivato in famiglia. «Mia mamma, ma anche mio nonno, sono molto bravi a cucinare e quindi ho avuto proprio in casa i primi stimoli, tant'è



Chiara Pauli

che ho per la pasticceria sarà veramente la strada giusta da scegliere». Dopo alcune esperienze in regione a settembre è arrivata l'offerta dal 3 stelle Michelin. «Bisogna tirare fuori le unghie» confessa la giovane carnica che, ai suoi coetanei, si sente di dare qualche consiglio: «bisogna sacrificarsi per ottenere qualcosa, c'è tanta, tantissima gavetta da fare. E non è sempre semplice». (a.c.)

IL NUOVO PRESIDENTE È MARCO RIBOLI

IDEALSERVICE CAMBIA GUIDA



VIA LIBERA DALL'ASSEMBLEA DEI SOCI, CHE HA APPROVATO ANCHE IL BILANCIO 2018. UTILE DI 4 MILIONI

Cambio di governance, e di strategie, per Idealservice, cooperativa con sede a Pasian di Prato attiva da quasi 70 anni nel settore dei servizi integrati per le imprese, le comunità e i territori. L'assemblea annuale dei soci ha approvato il bilancio d'esercizio del 2018, nominando come nuovo presidente **Marco Riboli**.

Grazie a una forza lavoro di oltre 3.500 addetti (di cui oltre 1.400 soci), sono stati generati 160 milioni di euro di giro d'affari (+13,8% rispetto al 2017), che hanno prodotto un utile netto di 4,2 milioni e un patrimonio netto di oltre 47 milioni, a conferme della bontà delle attività e delle scelte imprenditoriali portate avanti con coraggio e fermezza negli ultimi decenni. Una crescita continua, che nel 2018 ha portato Idealservice a collocarsi al 43° posto tra le imprese regionali per giro d'affari, prima cooperativa in regione e tra le prime 110 cooperative più grandi in Italia aderenti all'Alleanza delle Cooperative Italiane.

L'assemblea di quest'anno, al di là dei numeri, ha sancito l'inizio di un nuovo corso, con il rinnovo delle cariche societarie. Alla guida del gruppo è stato eletto Marco Riboli, 43 anni, già vicepresidente di Idealservice e da 22 anni impegnato all'interno del movimento cooperativo. L'assemblea ha eletto anche il vicepresidente, **Anna Fornasiero**, e i consiglieri **Stefano De Paoli**, **Annalisa Gosparini**, **Viviana Grassi**, **Fabio Manzini**, **Doris Marino**, **Simona Sedani** e **Gabriele Verona**. «Ringrazio il Consiglio di Amministrazione uscente - ha commentato subito dopo l'elezione Riboli - e in particolare il mio predecessore **Enzo Gasparutti**, che dopo 15 anni di presidenza chiude un capitolo importante della storia di Idealservice, passandomi un testimone impegnativo, che assumo con grandissimo

rispetto e senso di responsabilità».

Il nuovo gruppo dirigente è chiamato guidare la transizione verso il nuovo assetto che la cooperativa andrà ad assumere nel corso del 2019. Idealservice, infatti, dal 1° giugno ha conferito la parte relativa agli impianti in I. Blu Srl, società controllata al 100% dalla cooperativa, al fine di garantire ulteriori possibilità di sviluppo al comparto più propriamente industriale (quello appunto degli impianti)



È LA PRIMA COOPERATIVA IN REGIONE E TRA LE PRIME 110 PIÙ GRANDI IN ITALIA ADERENTI ALL'ALLEANZA

caratterizzato da dinamiche molto diverse da quelle del comparto dei servizi. I. Blu avrà il compito di sviluppare in Italia il settore della selezione e riciclo dei rifiuti, e in particolare quello riguardante l'intera filiera della plastica, coinvolgendo, se necessario, nuovi partner industriali e finanziari, un'opportunità preclusa finora dalla forma societaria cooperativa. Idealservice, in qualità di proprietaria, garantirà la coerenza della visione imprenditoriale. In cooperativa continueranno a essere sviluppati i servizi ambientali e di facility management, rivolti a clienti pubblici e privati. Il nuovo scenario societario comporterà una modifica della visione strategia della cooperativa, a questo punto più marcatamente orientata verso i servizi. Il punto cardine sarà rappresentato dalla sostenibilità, considerata in tutte e 3 le sue componenti: sociale, ambientale ed economica. «Oggi più che mai - spiega Riboli - la sostenibilità è la strada maestra per la crescita e l'innovazione di un'impresa. La lotta al riscaldamento globale e in generale i temi legati alla sostenibilità sono ormai entrati nel quotidiano e interessano la maggior parte dei cittadini. Sono convinto che Idealservice abbia la concreta possibilità di rafforzare la propria competitività e generare ulteriore valore, decidendo di assumere in maniera ampia un ruolo attivo in questo scenario».



Marco Riboli

RESPONSABILITÀ SOCIALE

AIPEM, UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS



Aipem, l'agenzia di comunicazione e marketing di **Paolo Molinaro**, si appresta a chiudere il bilancio 2018 con un forte incremento del fatturato (+25%) e con la decisione di distribuire parte degli utili ai dipendenti. Buono anche l'avvio del 2019 nel quale ricorrerà il 44° anno di attività sempre con lo stesso nome, marchio e conduzione, un record che colloca la sigla udinese come la più longeva agenzia di comunicazione indipendente operante oggi in Italia.

«Sono fiero della nostra storia. - dichiara Paolo Molinaro - Al nostro interno si sono formate due generazioni di pubblicitari, con le nostre idee e strategie abbiamo contribuito all'affermazione di tantissimi prestigiosi brand per prodotti e servizi di ogni tipo realizzando, nel tempo, circa 3.000 campagne di comunicazione on e off line diversamente pianificate in circa 60 Paesi. Sono fiero di aver creduto ed investito sul capitale umano e sulla crescita di tanti giovani creativi, social manager e digital strategist che oggi costituiscono la nostra vera marcia in più.»

Aipem inoltre è impegnata in maniera importante nel sociale: da qualche anno sostiene un programma di Responsabilità Sociale di Impresa, denominato "SoloGrazie", con il quale l'agenzia udinese offre gratuitamente servizi di comunicazione a tutte le associazioni no profit che si dedicano alla persona in modo da sostenere al meglio la loro missione, aumentare la notorietà ma anche la raccolta dei fondi. Una iniziativa che ha coinvolto tutta l'agenzia ma anche i fornitori e diversi clienti, generando un nuovo e positivo clima di lavoro che aiuta l'efficienza e la competitività, dimostrando quindi che "è possibile fare profit sostenendo il no profit".

RICONOSCIMENTO PER IL BRAND DI CALZATURE PER LA MONTAGNA

EMPORIO ADV SUL PODIO DEL PREMIO MEDIASTARS

ASSEGNAZIONE PER IL DIGITAL IMAGING, AREA CORPORATE IDENTITY, NEL PROGETTO DI COMUNICAZIONE PER L'80° ANNIVERSARIO DI SCARPA

Emporio ADV, agenzia di comunicazione e consulenza strategica di Udine, si è aggiudicata una 'Special Star' al premio nazionale Mediastars, da oltre vent'anni riservato alla comunicazione pubblicitaria, per il progetto sviluppato per Scarpa in occasione dell'80° anniversario del brand internazionale di calzature sportive per la montagna.

Un progetto che ha portato, in 50 Paesi di Europa, Far East e America, i volti di tre grandi testimonial dei mondi alpinismo e arrampicata, in un racconto emozionale del marchio che, nel corso della sua storia, ha saputo costantemente reinventare il modo di vivere gli sport in montagna. «Un'azienda unica come Scarpa necessita di una comunicazione altrettanto distintiva. - dichiara **Enrico Accettola**, presidente di Emporio ADV - Sono orgoglioso del mio team, che ha saputo cogliere al meglio l'anima artigianale di un brand Made in Italy forte, che continua a convivere con la sua espansione industriale».

«Interpretare la capacità di innovare di Scarpa, introducendo tecnologie, materiali e design che hanno rivoluzionato il mondo delle calzature outdoor: da qui è partita la sfida di comunicazione del progetto, sviluppato sotto il claim "Wilderness Celebr80", che con un gioco di suoni e parole sottolinea l'importanza dell'anniversario, enfatizzando il lato wild di Scarpa» spiega **Marco Fioino**, Creative Director di Emporio

ADV. In primo piano tre testimonial d'eccellenza: Romolo Nottaris, Hervé Barmasse (anche volto del programma TV "Alle falde del Kilimangiaro") e Heinz Mariacher, sportivi che collaborano o hanno collaborato realmente con l'azienda nella realizzazione dei prodotti, contribuendone dunque al successo internazionale. Tutti i protagonisti guardano negli occhi chi si interfaccia con loro: «Uno sguardo fisso negli occhi è la comunicazione più profonda che possa esistere. - commenta **Tiziana D'Izzia**, Web Designer dell'agenzia e vincitrice della Special Star per il Digital Imaging - Noi siamo partiti da questo tipo di linguaggio per celebrare l'80° anniversario aziendale di Scarpa. Una scelta forte e d'impatto, che utilizza volti di personaggi legati all'outdoor extreme, coinvolgendo appassionati del settore in uno scambio di esperienze complice e intenso».

Fra le iniziative del progetto, candidato nell'area Corporate Identity del premio Mediastars, ci sono campagne pubblicitarie, contenuti per i social network e una landing page dedicata. Sul piano della comunicazione con l'utente finale sono stati inoltre studiati packaging riservati ai prodotti in edizione limitata commercializzati da Scarpa per gli 80 anni, con l'obiettivo di coinvolgere e far diventare ambasciatori del brand anche gli acquirenti.





LA REALTÀ SI È SVILUPPATA ALL'INTERNO DELL'AZIENDA SCHNEIDER

IL FASCINO ALL'APERTO

QUANDO IL MATERIALE FA LA DIFFERENZA: IL GIARDINO DI CORTEN HA VALORIZZATO L'ACCIAIO PER GLI ARREDI ALL'ESTERNO E HA CONQUISTATO I CLIENTI

Linee sobrie ed eleganti abbracciano infinite sfumature, per una gamma di prodotti funzionali ed eterni che si adattano agli interni, ma arredano soprattutto i giardini, sposando uno stile classico e contemporaneo. Tavoli, panche, sgabelli, fioriere, gazebo e strutture per l'outdoor: è la ricca collezione de Il Giardino di Corten, brand del marchio Schneider specializzato nella lavorazione dell'acciaio corten, un materiale di grande impatto visivo che garantisce un'elevata resistenza agli agenti atmosferici. La cura del dettaglio e un'approfondita conoscenza del materiale fanno de Il Giardino di Corten una realtà d'eccellenza friulana grazie a un know-how sviluppato negli ultimi anni all'interno dell'azienda Schneider, officina artigianale a Collalto di Tarcento, che da oltre cent'anni, dal 1865, si occupa della lavorazione dei metalli nobili nel campo dell'architettura. Alla quarta generazione, l'azienda negli anni Ottanta ha fatto del proprio core business l'automazione dei cancelli e le porte automatiche, mentre negli anni Duemila si è avvicinata a materiali nobili tra acciaio inossidabile e bronzo, venendo a conoscenza del corten. «Siamo partiti con i serramenti delle case e lavorando con architetti e designer abbiamo allargato gli

orizzonti proponendo arredo e pezzi da giardino - spiega **Raffaello Schneider**, titolare dell'azienda -. Questa lega di acciaio e rame è speciale: quando l'acciaio si arrugginisce il rame lo blocca e a contatto con il terreno è un materiale ideale ed eterno, si rigenera e con una cera ritorna praticamente nuovo». Adatto a inserirsi e combinarsi perfettamente con l'ambiente circostante, invecchiando e trasformandosi in un materiale ancora più originale, il corten è ricco di storia e fascino. Ma oltre agli arredi l'azienda ha realizzato anche la casetta, la stanza che non c'è: «In origine era un ricovero per attrezzi ed è poi diventata un pensatoio, una stanza laboratorio che può usare chiunque, l'abbiamo ingentilita con serramenti a taglio termico in corten - precisa il titolare -: è un pezzo di edilizia libera e l'abbiamo presentata con successo a Parigi, alla Maison&Objet». Ultima novità è però la sauna. «Nella casetta abbiamo studiato il modo di inserire una sauna e, in collaborazione con un'azienda, è possibile vederne un esempio in azienda - sottolinea Schneider -. Siccome il consumo di energia è elevato abbiamo progettato anche un caminetto - aggiunge - che sopperisce al consumo energetico, si accende il fuoco e in 45 minuti la sauna è pronta». **Giulia Zanetto**

CAM.TV

IL SOCIAL LANCIA LA VERSIONE IN FRIULANO

Il social network Cam.TV, innovativo, progetto tutto friulano, in cui i "like" valgono denaro, è online anche in friulano: dopo italiano, inglese, tedesco, spagnolo, rumeno e russo, la start up di Gonars ha reso disponibile anche la lingua friulana per gli iscritti a Cam.TV, che hanno già toccato quota 89.000.

Fresca dell'apertura del primo store al Città Fiera, con uno spazio dedicato a video interviste live gratuite che saranno pubblicate online proprio su Cam.TV, la start up annuncia quindi un nuovo passo nello sviluppo della piattaforma digitale che ha appena celebrato il suo primo compleanno dal termine della campagna di crowdfunding più grande d'Italia, con cui ha raccolto in pochi mesi 3,2 milioni di euro.

«Con la messa online di Cam.TV in friulano vogliamo omaggiare il nostro territorio, dove il progetto è nato e cresciuto, ma non solo. - commenta l'ideatore e amministratore delegato di Cam.TV **Gabriele Visintini** - Vogliamo aprire questo social network a tutti i friulani che vivono all'estero e che da oggi possono utilizzare una piattaforma che parla la loro stessa lingua. Ringrazio l'ARLeF (Agenzie Regional per Lenghe Furlane) che ha validato la correttezza dei testi della versione friulana, redatti secondo i dettami della grafia ufficiale».

Da pochi giorni ha reso disponibile a tutti i propri utenti sostenitori, chiamati founder, la carta di debito Cam Card, per effettuare pagamenti o prelevare in contanti dal bancomat l'equivalente dei "like" guadagnati su Cam.TV. Un risultato possibile perché, sulla piattaforma italiana, il segnale di apprezzamento più famoso della rete è collegato a una moneta virtuale, una criptovaluta di nome Lkscoin che nutre l'e-wallet dell'utente. Un portafoglio con un valore economico, in cui i like derivanti dalle interazioni con gli altri utenti possono essere utilizzati in tre modi diversi: per acquistare servizi o sostenere gli altri utenti all'interno di Cam.TV; fuori dall'ambiente digitale per prelevare in contanti al bancomat l'equivalente dei Lkscoin guadagnati su Cam.TV con la Cam Card; per acquisti online e nei negozi con la medesima carta di debito, che usa il circuito Mastercard®.



L'apertura del primo store al Città Fiera



ORNITALIA PRODUCT SERVICE

AL SERVIZIO DELL'ALLEVATORE

L'AZIENDA DI INGROSSO DI MANGIMI PER ANIMALI DI COLLOREDO ANNOVERA MIGLIAIA DI CLIENTI

«È impossibile trasmettere su carta lo spirito instancabile e sempre giovane di mio papà che, ogni giorno, con gioia e positività, ci insegna ad affrontare le sfide lavorative e di vita con l'ottimismo del sano imprenditore friulano di un tempo».

L'orgoglio di **Antonella Gregorutti**, figlia del titolare di Ornitalia Product Service, è palpabile nelle sue dichiarazioni di stima e affetto verso il capostipite, che 20 anni fa ha creato a Colloredo di Monte Albano una grande realtà del settore ornitologico a livello internazionale. Un'azienda di ingrosso di mangimi per animali che, per la sua importanza, Antonella ha piacere di far conoscere meglio anche ai non addetti ai lavori. Presente in circa 900 negozi in Italia, fornisce direttamente anche 1800 allevatori circa, oltre ad annoverare tra i clienti di tutto il mondo almeno 500 realtà. «Qualità ed assistenza sono il nostro biglietto da visita - spiega Antonella Gregorutti - Il nostro principale obiettivo è quello di essere in grado di offrire

all'allevatore un servizio completo anche a livello di assistenza post-vendita e questo è garantito dall'esperienza di oltre 60 anni in campo ornitologico». Ogni anno l'azienda, che conta su un motivato ed esperto organico di composto da 10 persone, presenta alle fiere prodotti nuovi e nuove soluzioni, frutto di un gruppo di ricerca interno che si muove in funzione delle problematiche più frequenti che gli allevatori sottopongono. Il 100% delle miscele di semi vengono preparate da Ornitalia secondo formule specifiche richieste dai clienti, ma sono molte apprezzate le miscele di semi a marchio registrato GREG ideate da **Paolo**. Il laboratorio di analisi interno controlla tutti i lotti delle materie prime acquistate, e da qualche anno l'azienda ha ottenuto la certificazione dal Bureau Veritas (unica realtà in Italia) secondo la norma ISO 9001:2008 a seguito di ulteriori e importanti investimenti nel campo della qualità.

Per questo i prezzi di Ornitalia sono tra i più alti, «ma gli allevatori comprano i nostri prodotti perché apprezzano la nostra superiore qualità. Grazie però ad un recente investimento, siamo riusciti ad adeguare i prezzi alle recenti necessità di mercato e a permetterci quindi di allargare il nostro portfolio clienti». Recentemente si è affacciata ad un mercato emergente, quello dei Paesi del Golfo, che ha permesso un ampliamento del fatturato estero, già sostenuto in precedenza dalle vendite in tutta Europa. **Rosalba Tello**

IL LOCALE SI TROVA A COLUGNA. CI SONO QUATTRO LINEE DI PRODOTTI

LABORATORIO GASTRONOMICO

FARMER'S È UN NUOVO FORMAT DI MACELLERIA CHE PROPONE CARNI NATURALI E ALLEVATE RESPONSABILMENTE

Genuinità, gusto ed eccellenza delle materie prime. Un nuovo format di macelleria che propone prodotti di prima qualità in un paradiso per gli amanti della carne, seguendo la filosofia del mangiare sano. Farmer's più che negozio è un laboratorio gastronomico dove a essere protagonista, accanto alle materie prime, è la creatività dei titolari. In piazza Garibaldi, a Colugna, tre ragazzi hanno deciso di lanciarsi in un progetto ambizioso riprendendo in mano un'attività - la macelleria Mattelloni - per proporsi sul mercato con una gastronomia moderna. «Farmer's nasce da una idea ma soprattutto un'esigenza - spiegano **Roberto Coseano, Lorenzo Persia e Luca Ciampa** - che abbiamo provato sulla nostra pelle come clienti e addetti ai lavori: la difficoltà di trovare una fornitura di carni totalmente naturali e allevate responsabilmente. Abbiamo unito forze e abilità per offrire il meglio dalle fattorie virtuose - proseguono - e aiutare le famiglie a mangiare sano e con gusto, con carni naturali e prodotti pronti di qualità». Sapori di una volta adeguati ai tempi moderni in quattro linee di prodotti: "classic", per chi non vuole abbandonare la tradizione e cerca un gusto deciso, "ready", per chi non ha tempo da passare sui fornelli, ma cerca un pasto veloce e genuino e bilanciato,



"living" - con ricette speciali in collaborazione con gli chef e, nella gamma di prodotti top -, la "premium", con tagli di carne più pregiata e allevata nelle migliori fattorie del mondo, ideale per occasioni e

serate speciali. «Tutte le carni che utilizziamo arrivano da piccole fattorie di produzione estensiva selezionate da noi - spiegano -, sono allevate esclusivamente al pascolo e arrivano in prevalenza da tre fattorie irlandesi e a rotazione si trovano produzioni italiane di nicchia grass-fed e biologiche 100% di piccoli allevatori». Direttamente dal produttore al consumatore, qualità e frolliture eccezionali tra il mitico Irish sandwich, il softy di suino e il crunchy chicken burger, nuovo burger di pollo ruspante. Farmer's - il fascino del bbq americano ha contagiato anche i tre macellai - ha aperto a metà aprile e non vende solo carne, ma diventa uno spazio formativo e informativo per chi vuole conoscere meglio il pianeta del cibo. «Sapevamo che non sarebbe stato facile portare al successo una proposta molto di nicchia e che punta alle sole eccellenze - spiegano -, ma siamo stupiti della risposta, la nostra è una missione che vuole portare sulle tavole delle famiglie qualità offrendo una trasparenza totale». «Il nostro lavoro vuole rendere le persone consapevoli che alcune modalità di allevamento estensivo - concludono - possono essere di aiuto al grande problema dei cambiamenti climatici».

Giulia Zanello

VENTICINQUE ANNI DI ATTIVITÀ PER L'AZIENDA DI PRATA

DAL DESIGN AL JAZZ

LE PROPOSTE DI ARREDO KRISTALIA LASCIANO IL SEGNO DAL 2016 HA APERTO ANCHE UN CLUB CHE PROPONE CONCERTI

Dal design al jazz, dalla sostenibilità alla trasparenza. Oggi l'azienda Kristalia (www.kristalia.it) di Prata di Pordenone si è conquistata un ruolo di spicco originale e creativo nel settore del furniture design. In 25 anni di attività ha lanciato veri e propri oggetti da collezione, come i tavoli allungabili, la sedia "elephant" e lo sgabello BCN. Tre icone storiche firmate Kristalia. Eppure le origini dell'azienda, che inizia nel 1994 da un gruppo di giovani imprenditori appassionati di jazz e design, sono legate alla produzione di complementi in vetro. Il nome della ditta infatti si ispira proprio alla fusione di due parole chiave (cristallo e made in Italy). Negli anni Duemila il focus dell'azienda si sposta decisamente sul design e apre al mondo del contract, diventando un punto di riferimento in Italia e all'estero. I mercati principali delle realizzazioni di Kristalia sono Germania, Francia, Nordeuropa e Belgio. Grazie alla collaborazione di diversi designer internazionali, il team di Kristalia, formato da un team di oltre 40 dipendenti, è riuscito nel tempo a personalizzare e lanciare delle proposte di arredo che hanno lasciato il segno. La tavola allungabile, del 2002, con il vassoio contenitore sottotavolo, ha rappresentato una piccola rivoluzione nel settore arredo casa. Da collezione, la

sedia "Elephant" creata da due designer tedeschi, con una scocca avvolgente ispirata alla natura, caratterizzata da un rivestimento in cuoio con un effetto che ricorda la colonna vertebrale di un elefante, con cuciture a vista dal sapore artigianale. Molto innovativo è stato pure lo sgabello BCN realizzato con un materiale termoplastico ultraflessibile e resistente. Fin da subito Kristalia ha adottato una formula di comunicazione diversa rispetto alle stesse aziende del settore con un team di Ricerca & Sviluppo di creativi e professionisti, provenienti dal mondo della grafica e del marketing, specializzati nell'utilizzo di strumenti d'avanguardia. Lo studio interno è presente in tutte le fasi di sviluppo di un prodotto; dall'arrivo del primo bozzetto, alle prime prove, fino ai prototipi e alle realizzazioni. Nel 2015 Kristalia si è trasferita nella nuova sede, dove oltre agli uffici, alla produzione, al magazzino, ci sono anche spazi per eventi nel quale si concentrano le collaborazioni artistiche. Nel 2016 ha aperto il Club Kristalia, che ospita diverse iniziative culturali, tra i quali concerti di jazz, abbracciando una filosofia di design a 360 gradi, rispettosa della sostenibilità ambientale e del benessere.

Mara Bon



IL PUNTO VENDITA È IN VIA GRIGOLETTI 69

QUALITÀ E GUSTO DA QUASI TRENT'ANNI

GRAN GELATO È APERTO DAL 1992 A PORDENONE. A TRAMANDARSI I SEGRETI LA FAMIGLIA FURLAN

Materia prima di qualità, tanta passione e una gestione familiare. Sono gli ingredienti che hanno consentito all'azienda Gran Gelato di Pordenone di resistere per quasi trent'anni in un settore dove la concorrenza non manca. Tutto ha inizio nel 1992, quando **Vittorio Furlan** decide di seguire le orme del padre, che lavorava come gelataio in Germania, aprendo il punto vendita di via Grigoletti 69. «Abbiamo sempre lavorato molto bene - racconta Vittorio - e dopo una decina di anni i locali sono stati rinnovati. Poi siamo intervenuti ancora nel 2012, e in quel periodo in gelateria è entrato mio figlio **Diego**, che mi ha dato una mano a rinnovare i gusti e l'offerta dell'azienda». Fatto passare

ancora qualche anno, da Gran Gelato arriva anche il secondo figlio, **Alessandro**, chiudendo così il cerchio di una tradizione di famiglia iniziata diversi decenni prima. «L'attività va bene, non possiamo lamentarci - ammette Vittorio - il merito è soprattutto dei miei figli, che hanno migliorato sempre di più la gelateria, dandogli anche una svolta da un punto di vista tecnologico. Siamo contenti e ogni stagione cresciamo sempre di più». Come detto, tra i "segreti" di questa gelateria pordenonese, c'è la qualità della materia prima: «Utilizziamo solo latte e panna freschi, senza l'impiego di burro o margarina - aggiunge Vittorio - e questo credo faccia la differenza». Il sogno nel cassetto del titolare è riuscire a espandersi, magari "regalando" una gelateria di proprietà a ogni figlio: «È complicato perché non è facile trovare personale. Stiamo valutando il da farsi. Di certo la burocrazia non aiuta, anzi appesantisce tutto, sia per la gestione dell'attività che dei dipendenti. Ci sono troppe carte». Meglio consolarsi con un buon gelato: i grandi classici, nocciola, fiordilatte e cioccolato, sono quelli che vanno per la maggiore. **Alessandro Cesare**



AUSONIA

LA PIÙ ANTICA COLTELLERIA E UTENSILERIA DI MANIAGO

Cent'anni fa nasceva Ausonia, la più antica coltelleria e utensileria di Maniago. La sua storia risale addirittura al Medioevo per proseguire, alla fine del 1800, con la costituzione dei primi battiferri da parte dei fratelli **Luigi e Giovanni Beltrame**, quest'ultimo soprannominato "Nanuti". Da allora è sempre stato un successo... "d'acciaio". Successivamente, di comune accordo, i due fratelli si divisero, e con il Nanuti l'azienda iniziò a muovere i suoi primi passi. La ditta venne inizialmente chiamata "Giovanni Beltrame detto Nanuti", con lo scopo di differenziarsi dall'omonimo che aveva un altro battiferro a Maniago. Con la disfatta di Caporetto (1917), i Beltrame furono costretti a salire su una tradotta militare che li portò profughi a Napoli dove il Nanuti, purtroppo, morì di spagnola. Finita la guerra, la famiglia Nanutti Beltrame ritornò a Maniago; qui, i figli **Cesare e Marcello** ripresero in mano l'attività del padre, registrando nel luglio 1919 l'azienda in "Figli di Nanutti Beltrame"; a loro, in seguito, si aggiunsero in società il fratello **Germano** e il cognato **Giovanni Rosa Fauzza**. Oggi, con 10mila mq di stabilimenti, oltre 3.000 tra rivenditori e distributori in tutto il mondo, duemila prodotti che coprono 4 settori (edilizia, agricoltura, coltelleria e casalinghi, coltelleria sportiva), è una realtà di rilievo a livello internazionale.



Germano fu tra i primi maniaghesi a capire l'importanza della pubblicità nel campo della commercializzazione: l'aspetto grafico avrebbe dovuto associare il nome del produttore ad un'immagine di un certo pregio. Ed è così che, negli anni '40, nacque il marchio Ausonia, con il simbolo grafico che richiamava il Leone di San Marco raffigurato sulla facciata del Palazzo d'Attimis, in Piazza Italia a Maniago. In quegli anni ad Ausonia furono commissionate, in occasione della 2° guerra mondiale, circa un milione di baionette (di cui è possibile vederne il calco al Museo dell'Arte Fabbri e delle Coltellerie a Maniago). Gli anni successivi al conflitto videro il terzo cambio generazionale di Ausonia: a prenderne le redini fu allora Giovanni, detto anche lui Nanuti, figlio di Cesare. Per stare al passo con i tempi, la produzione venne delocalizzata e ampliata su diversi fronti (edilizia, agricoltura, coltelleria e casalinghi, coltelleria sportiva), inoltre l'azienda iniziò a interessarsi e a dedicarsi al marketing.

Arrivando ad oggi, Ausonia ha raggiunto un importante traguardo: quest'anno, infatti, ricorre il centenario dalla registrazione ufficiale dell'azienda nel luglio 1919. Per l'occasione, verranno promosse diverse iniziative; è stato anche realizzato un video che racchiude l'essenza di Ausonia: ossia, come il lavoro artigianale sia sinonimo di semplicità d'uso, protezione, sicurezza e resistenza nei diversi settori d'impiego e come l'azienda abbia una storicità e una qualità che rimane immutata nel tempo. Attualmente, a Giovanni è subentrato il figlio Cesare, che porta lo stesso nome del nonno, come è stato a sua volta per il padre. Info sulle iniziative legate al centenario di Ausonia: www.ausoniatools.com/centenario.

Rosalba Tello



Lo stabilimento si sviluppa in un'area di 10 mila metri quadri

TRA LE PIÙ LONGEVE DI CONFCOOPERATIVE PORDENONE

LA COOP RAUSCEDO FESTEGGIA 70 ANNI

IL NEGOZIO DI ALIMENTARE È SITUATO NEL CENTRO AL PAESE. CON GLI ANNI È DIVENTATO UN MODERNO SUPERMERCATO

La Cooperativa di Consumo di Rauscedo ha festeggiato, con una riunione dei propri soci nella sede dei Vivai cooperativi Rauscedo, i suoi 70 anni di attività, che la collocano tra le più longeve realtà aderenti a Confcooperative Pordenone. La giornata di festa ha visto la presidente **Renata Pitton** accogliere il sindaco di San Giorgio della Richinvelda (Comune del quale Rauscedo fa parte) Michele Leon e il presidente di Confcooperative Pordenone Luigi Piccoli, nonché il direttore generale Ama Crai (altra realtà cooperativa che collabora in sinergia con la coop rauscedana fornendole i prodotti a marchio) Gianfranco Scola e Riccardo Bodini direttore Euricse. La cooperativa, che vanta oltre 380 soci, è nata nel 1949: presente uno dei soci della prima ora e primo segretario, Carlo Basso (classe 1923), che ha ricevuto una riconoscenza dalle mani dei presidenti Pitton e Piccoli, mentre una targa celebrativa è stata donata dal sindaco Leon alla stessa cooperativa. Sono stati anche ricordati i 51 fondatori della cooperativa, i cui nomi sono stati letti dalla presidente Pitton con la consegna di una pergamena agli eredi.

La cooperativa di consumo di Rauscedo nacque dopo l'esperienza positiva dei Vivai Cooperativi Rauscedo, sorta nel 1933. "C'era l'esigenza - ricorda la presidente Renata Pitton - di avere in paese un bar e punto vendita alimentare ben fornito che rispondesse alle richieste delle



LUIGI PICCOLI (CONFCOOPERATIVE PORDENONE): "SIETE DI FATTO UNA COOPERATIVA DI COMUNITÀ, ATTENTA ALLA MUTUALITÀ E AI BISOGNI PRIMARI DELLE FAMIGLIE, IN PARTICOLARE DEGLI ANZIANI"

famiglie, gran parte delle quali impegnate nei lavori di produzione delle barbatelle per i Vivai stessi". Negli anni Settanta il negozio di alimentari si stacca dal bar e si sposta nell'attuale sede, sempre in centro al paese, diventando un moderno supermercato fino ad aderire, negli anni Novanta, al centro distribuzione Ama-Crai est di Montebelluna.

"Grazie a quanto ha fatto la cooperativa per la comunità di Rauscedo - ha dichiarato il sindaco **Michele Leon** - non solo per quanto riguarda la spesa quotidiana ma anche col sostegno per i progetti scolastici insieme

al Comune, dimostrando un grande cuore per il bene di tutto il territorio municipale"

"Siete rimasti - ha sottolineato il presidente di Confcooperative Pordenone **Luigi Piccoli** - uno degli ultimi negozi di paese: siete di fatto una cooperativa di comunità, attenta alla mutualità e ai bisogni primari delle famiglie, in particolare degli anziani. Ora come allora, nel 1949, siete una risposta concreta a una realtà ricca di motivazioni, di intraprendenza ma non per questo priva di bisogni, quelli di una comunità che vuole restare unita, per crescere nel benessere e reagire alle difficoltà. Ricorrenze di lunga durata come quella che festeggiate, non sono così frequenti in un tempo in cui si cerca il "presto e subito".

IL FONDATORE TULLIO È SOPRANNOMINATO "IL SERRAMENTISTA DEI CICLISTI"

RISPARMIO ENERGETICO CON I SERRAMENTI IN ALLUMINIO

LA DITTA BIANCHETTIN DI CORDENONS PROPONE SOLUZIONI PER PRIVATI, NEGOZI, AZIENDE, UFFICI ED ENTI PUBBLICI

La 'filosofia' del lavorare sodo è vincente. I risultati arriveranno. Come sono arrivati per i 50 anni di attività festeggiati dalla ditta Bianchettin fondata a Cordenons nel 1969 da **Tullio Bianchettin** affiancato dai soci **Tiziano Paties Montagner** (genero, marito di Livia Bianchettin, la figlia maggiore) e da **Donatella Bianchettin** (figlia minore di Tullio). La ditta è specializzata in produzione e installazione di serramenti e infissi in alluminio ad alto risparmio energetico; propone soluzioni per privati, negozi, aziende, uffici ed enti pubblici. Il bello delle attività artigianali, raccontano i soci, è che rispecchiano la personalità dell'imprenditore: per la Bianchettin si tratta di quello speciale riflesso della famiglia che ha dato vita alla ditta con l'identificazione nei valori fondanti.

"Alla festa dei 50 anni siamo stati orgogliosi di annoverare medici, alcuni parroci della zona per i quali abbiamo operato interventi nelle strutture parrocchiali, tutti i sindaci di Cordenons succedutisi nei 50 anni, rappresentanti dell'ex provincia (nata un anno prima della nostra azienda), rappresentanti del mondo dello sport", raccontano i soci.



La forza risiede nel gruppo: nel corso degli anni la Bianchettin ha stretto relazioni anche con ex concorrenti. L'entusiasmo si respira in questa impresa, come recita il motto del fondatore: "Se nella vita sei felice, lavori bene!". Il fondatore ha sempre coltivato la passione del ciclismo. Sponsorizzandosi come ciclista ha portato il nome dell'azienda 'oltre confine', nel Veneto, e quindi non era più conosciuto solo come il serramentista di Cordenons, bensì è diventato il serramentista dei ciclisti! Da qui il passaparola. L'alluminio era stata una scelta obbligata a suo tempo, ora sta ripagando molto, perché è green, riciclabile, sicuro, resistente nel tempo, regge efficacemente alle intemperie, ai tentativi di scasso moderati. **Irene Giurovich**

INCONTRO CON L'ASSESSORE ALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE SERGIO BINI

UN "DREAM TEAM" PER I GIOVANI

IL COMITATO SI PONE COME INTERLOCUTORE PRIVILEGIATO
PER STIMOLARE LA CRESCITA DELLE IMPRESE UNDER 35

Formazione e stimolo alla cultura d'impresa, alternanza scuola-lavoro, scambi internazionali tra giovani imprese, possibilità di partecipare alla formulazione dei bandi regionali. Sono tra le priorità evidenziate dai componenti del Comitato giovani imprenditori della Camera di Commercio, che a inizio luglio hanno incontrato nella sede di Udine l'assessore regionale alle attività produttive **Sergio Emidio Bini**. Il comitato ha presentato una serie di proposte e si è messo a disposizione per diventare interlocutore privilegiato della Regione su progetti e idee che riguardino economia e impresa giovanile. Impresa che in Fvg, ha evidenziato il presidente del Comitato **Fabio Passon**, registra dati bassissimi. «Siamo

sensibilizzazione sulla formazione continua del personale e dell'imprenditore e con un invito a sostenere lo startup imprenditoriale in quanto tale e non solo in caso di start up innovative.

Tante le risposte arrivate da Bini, il quale ha annunciato, peraltro, che nel bando in pubblicazione il 23 luglio la Regione ha messo a disposizione 2,5 milioni di euro per l'imprenditoria giovanile. Quindi una riflessione sul dato negativo della presenza di under 35 nell'imprenditoria regionale. «Un'analisi che non spaventa - ha detto l'assessore -, ma che è da stimolo alla ricerca di nuove strategie, proprio come stiamo facendo», ha ribadito Bini. «Fin dalla metà

TRA LE PROPOSTE LA
DECONTRIBUZIONE DEI
GIOVANI NEO-ASSUNTI E, IN
TEMA DI APPRENDISTATO, LA
DEFISCALIZZAZIONE TOTALE DELLA
PRIMA ASSUNZIONE A TEMPO
INDETERMINATO

l'ultima regione in Italia, con solo il 7,2% di imprese under 35». Un dato, elaborato dal Centro studi camerale, su cui riflettere e che è incentivo a studiare e mettere in atto percorsi efficaci per avvicinare sempre più i giovani al mondo aziendale. Per esempio, ha risposto subito l'assessore Bini, «creando un "dream team" di giovani imprenditori che funga da tavolo di consulenza per la condivisione delle linee guida a supporto del settore» e di cui i componenti del Comitato camerale saranno parte attiva.

Tra le proposte, i rappresentanti dell'imprenditoria giovanile hanno anche pensato alla decontribuzione o defiscalizzazione dei giovani neo-assunti, alla decontribuzione della formazione non obbligatoria dei dipendenti, alla detrazione dall'imposta lorda dei costi di formazione dell'imprenditore e, in tema di apprendistato, alla defiscalizzazione totale della prima assunzione a tempo indeterminato. Questo, oltre a una



di settembre avvieremo una road map con i protagonisti dell'impresa giovanile per affrontare le tematiche più attuali su cui attivare nuove iniziative normative e regolamentari così da proseguire il percorso di ascolto e condivisione delle istanze del territorio e del mondo economico regionale», ha annunciato. Tra i temi sotto la lente formazione, innovazione, burocratizzazione, semplificazione e il miglioramento dei bandi. Sui bandi, inoltre, Bini ha annunciato l'avvio di Infoday per trasmettere ai soggetti interessati tutte le informazioni utili a favorire l'accesso alle risorse pubbliche.

E proprio in tema di iniziative, gli ha fatto eco Passon. «Il 18 ottobre prossimo - ha annunciato - organizzeremo e ospiteremo qui a Udine un evento di business matching con giovani imprenditori di tutta Europa ed in particolare dell'Alpe Adria».

IL VOLUME

PERSONE TERRA E VINO IN UN LIBRO



Ha un approccio 4.0 alla tradizione regionale del bere il volume pubblicato in primavera dalla Biblioteca dell'Immagine a firma di **Matteo Bellotto**. "Storie di vino e di Friuli Venezia Giulia" non è infatti una semplice raccolta di racconti. Come spiega l'autore "sono storie molto brevi, la loro durata è stata calcolata in base alla durata di un bicchiere di vino. Facendo una media ponderata è risultata essere di circa 1 minuto e mezzo - 2. I tre macro temi sono le persone, la terra e il vino".

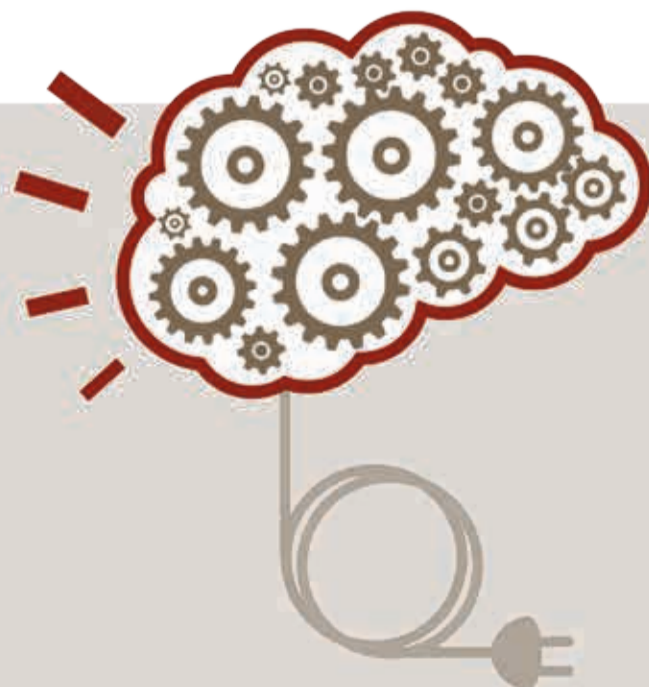
"Ho pensato al format delle serie televisive, dove se non vedi subito una puntata non importa" - aggiunge Matteo. "È meno impegnativo di un romanzo ma ha una grammatica contemporanea anche perché ho iniziato a raccogliere queste testimonianze facendo l'inverso di quello che si fa di solito. In genere si scrive, si cerca una casa editrice e si spera che questa ci pubblichi. Io invece prima ho aperto una pagina Facebook e poi ho visto se, effettivamente, quello che scrivevo poteva interessare. In pratica ho fatto il contrario di quello che di solito si fa sui social. Ho postato storie molto lunghe e comunque la pagina è cresciuta tanto. Adesso è seguita da 13 mila persone. Da qui l'interesse della Biblioteca dell'Immagine".

L'autore, oltre a scrivere, lavora al Consorzio Collio dove si occupa di promozione. "Sono cresciuto a Gemona in campagna, mia nonna aveva un vigneto dietro casa, io la aiutavo sempre ma volevo fare altro: giocare con gli amici, fare la rockstar, tante altre cose. Fino a quando è mancato mio nonno. Allora mi sono accorto di non avere mai messo le mani nella terra. In seguito ho lavorato tanto in osteria e mi sono ripromesso che tutto quello che ho imparato sul vino l'avrei restituito. In pratica sto restituendo attraverso la letteratura quello che non sono riuscito a tornare alla terra".

Emanuela Masseria

MARCHI BREVETTI DISEGNI DIFENDI L'IDEA, SVILUPPA L'IMPRESA

Consulta gli esperti del Punto Orientamento Proprietà Intellettuale



- SEI UN'IMPRESA CHE VUOLE VALORIZZARE E TUTELARE LA PROPRIA IDEA IMPRENDITORIALE?
- SEI UN INVENTORE O COMUNQUE VUOI CONOSCERE GLI STRUMENTI PER TUTELARE LE TUE CREAZIONI?

La Camera di Commercio fornisce un primo orientamento sugli strumenti di tutela della proprietà intellettuale. Un team di professionisti, esperti in proprietà industriale e iscritti all'ordine, è a tua disposizione per rispondere a domande su marchi d'impresa, invenzioni industriali, modelli di utilità, disegni e modelli (*design*), *software*, diritto d'autore, *know-how*, anticontraffazione e *licensing*.

Camera di Commercio
Pordenone - Udine



Contatta la Camera di Commercio
Pordenone - Udine e prenota il tuo appuntamento.

Il servizio è gratuito.

- **Sede di Udine**
Ufficio Nuova impresa e innovazione
tel. 0432 273 560 / 539
brevetti@ud.camcom.it
- **Sede di Pordenone**
Ufficio Regolazione del Mercato
tel. 0434 381 247 / 258
regolazione.mercato@pn.camcom.it

DONNA IMPRENDITRICE/UD

CRISTINA MISCHIS, LA SCOMMESSA DI DRESS

“Vendere non significa solo far acquistare un oggetto ma è costruire un rapporto con le persone, è scambio umano, è entrare in sintonia con gusti e personalità”. Con queste parole **Cristina Mischis** descrive l’anima del proprio lavoro ed in particolare la nuova attività che ha avviato a Udine con il negozio di abiti da donna che ha chiamato Dress.

Nata a Udine, classe 1972 e mamma di una bambina di 13 anni, Cristina ha fatto diverse esperienze professionali, dalla vendita di spazi pubblicitari per un periodico, ai locali pubblici fino a quella più lunga e formativa nel negozio Robe di Casa.

“Ho iniziato in Largo dei Pecile come aiuto durante il periodo natalizio e non me ne sono

più andata per i successivi 18 anni: Robe di Casa non solo è diventato seconda casa e famiglia, ma professionalmente è un negozio in cui l’essere commessa diventa ancora più stimolante perché devi raccontare la storia degli oggetti, spiegare il percorso creativo, consigliare chi acquista”.

“Questa lunga esperienza ha fatto nascere il desiderio di mettermi in gioco, di iniziare qualcosa di mio per creare da sola quella stessa magia che ho respirato da Robe di Casa. Poi è successo tutto molto in fretta: ho trovato il posto perfetto in via Deganutti 10, nella zona di Udine che amo di più, e ho iniziato a collaborare con due care amiche che hanno un negozio di abbigliamento a Martignacco

che mi hanno dato tanti preziosi consigli”.

Il risultato è Dress, 30 metri quadri dedicati all’abbigliamento donna con marchi rigorosamente made in Italy: Cristina seleziona personalmente gli abiti, tutti caratterizzati da uno stile minimale e pulito ed elementi o dettagli che li rendono distintivi.

Anche nei colori la scelta è molto basic: nero, bianco, tinte neutre con qualche tocco di colore più acceso. Ci sono anche accessori: borse, collane, pashmine, cappelli, pochette in assortimento limitato e spesso in pezzi unici.

“La mia cliente è la donna dai 35 anni circa anche se alcuni capi piacciono anche alla ragazze molto giovani. La fascia di prezzo è media, con grande attenzione alla

qualità. Ho scelto Dress, parola volutamente in inglese, perché è un nome diretto e comprensibile a tutti, anche ai turisti che si fermano a Udine, è facile da ricordare e evoca immediatamente le caratteristiche di quello che vendo”.

Cristina ha aperto Dress a inizio luglio: “tutte le clienti che mi conoscono da anni vengono a trovarmi. Mi piace l’idea che passino di qua anche solo per un saluto, per fare quattro chiacchiere e poi, se hanno voglia, per misurare quello che più attira la loro attenzione”.

Profilo Instagram e Facebook sono già attivi per fare un po’ di promozione e per chi vuole curiosare tra le collezioni proposte da Dress. **Francesca Gatti**



Cristina Mischis

DONNA IMPRENDITRICE/PN

LORENA ZAMBON E LA PLASTICA INTELLIGENTE

L’amore. Ecco il fattore trainante con cui guidare con passione un’azienda. Se sei tu il conduttore, allora devi per forza nutrire un sentimento di appartenenza, tenere contatti costanti con i collaboratori rendendoli partecipi del progetto, anticipare le esigenze del mercato e saperle interpretare, seguire i clienti.

Ne è convinta **Lorena Zambon**, AD di E.P.S. srl, ditta di Villotta di Chions che da 30 anni copre l’intera filiera della lavorazione della materia plastica con 4 reparti produttivi, 10 mila mq di superficie e 130 dipendenti. Uno dei tanti vantanti dell’impresa si esprime nel servizio e nella qualità del made in Italy. Infatti, la produzione avviene nei cinque stabilimenti, uno accanto

all’altro. Le attività aziendali permettono di fornire clienti in tutto il mondo in settori diversi: dall’Automotive alla Climatizzazione, dalla Building Automation al Meccanico, dall’Horeca al Vending, ultimi due settori leader per la specializzazione e la crescita. Per quanto concerne le linee produttive - spiega l’AD Zambon - “si va dalla costruzione di stampi, allo stampaggio ad iniezione plastica con l’applicazione di diverse tipologie, dal bicomponente alla sovrainiezione fino all’assemblaggio di particolari tecnici”. Valore aggiunto di EPS, il cui lavoro è organizzato in Business Unit, è la “consolidata produzione e commercializzazione diretta, frutto della grande

esperienza maturata nel comparto, di componenti e piedini livellatori, destinati alla ristorazione professionale, che uniscono alla plastica la lavorazione dell’acciaio inox”.

Improntato alla ‘naturalità’ il ricambio generazionale nell’azienda facilitato dall’affiancamento del fondatore e presidente Pietro Zambon e dalla crescita in azienda delle figlie Lorena e Martina (direttore RU).

Per mantenere l’efficienza e l’innovazione, dando l’input di crescita al Brand aziendale, risultano fondamentali gli investimenti: la pressa da 1.300 Ton, recentemente arrivata, è già operativa e messa in rete con l’intero parco macchine del reparto

dello stampaggio, inoltre è stato rifatto il lay-out del reparto componenti in ottica Lean production.

“Oggi nel mondo la plastica - conclude Zambon - ha assunto un ruolo sempre crescente nella vita quotidiana poiché materiale dal vastissimo impiego. Muoversi verso un’economia circolare della plastica, più prospera e sostenibile, potrebbe offrire notevoli opportunità oltre che rappresentare una decisa scelta etica. La volontà è far diventare EPS una azienda produttrice di plastica intelligente, innovativa e sostenibile, dove la progettazione e la produzione rispettino appieno le esigenze di riutilizzo e riciclo”.

Irene Giurovich



Lorena Zambon (Ad di Eps)

IMPRENDITORE STRANIERO/UD

ISLAM RAFIK, IL “RE” DELLE AREE DI SERVIZIO

Considerando ciò che è riuscito a realizzare, non stupisce che **Islam Rafik**, cittadino bengalese, 35 anni, titolare dell’area di servizio in viale delle Ferriere a Udine, esordisca dicendo, con una punta di giustificato orgoglio, “ero un minore non accompagnato e sono diventato un imprenditore perfettamente integrato qui in Friuli, dove ho trovato davvero una seconda patria”.

La sua storia, fino a un certo punto, è simile a quella di tanti altri ragazzi immigrati da fuori dall’Unione europea. “Sono arrivato in provincia di Udine, a Visco, il 22 agosto del 1997 - racconta - e in quanto minore non accompagnato sono stato subito affidato alla Casa dell’Immacolata di Udine”. Della Casa Rafik conserva un ottimo ricordo.

“Mi hanno accolto e insegnato a fare il falegname - spiega - e poi ho iniziato nel 1998 a lavorare come dipendente in un benzinaio di viale Leonardo da Vinci”.

Fino al 2002, quando Islam ha aperto la sua attività in proprio, come secondo lavoro. “Un call center con Internet point in viale Europa Unita - riferisce -, che tra l’altro è stato uno dei primi in città”.

In seguito, la svolta, sette anni fa, quando è diventato imprenditore completamente in proprio, titolare di due distributori a Udine, uno in viale delle Ferriere e uno a Basaldella, che

da qualche tempo ha ceduto. “Mi sono sempre comportato bene e dunque mi sono trovato benissimo qui”, commenta. Rafik parla un perfetto italiano e un friulano “discreto”, dice lui. Musulmano “credente, ma non praticante”, coniugato, residente a Udine in via Aquileia, Islam ha assistito, nel corso dei suoi 23 anni di presenza attiva, ai tanti cambiamenti della città e del suo tessuto sociale, economico, culturale. “Certo stiamo vivendo oggi un periodo di crisi - ammette -, ma tocca continuare a lavorare duro, come si è fatto sempre, per guardare avanti e proiettarsi con fiducia nel futuro”.

Ottimismo, intraprendenza, voglia di fare e di mettersi in gioco. Questi, secondo Rafik, gli ingredienti della ricetta per sviluppare con successo un’attività. Presidente della Comunità dei Bengalesi in Friuli (circa 200 persone), l’imprenditore, che è molto conosciuto in città, fa anche da interprete per la Questura e per l’Azienda ospedaliero-universitaria di Udine. Il suo distributore (dove lo staff è composto da 4 persone)

offre numerosi servizi (servizio gomme, autolavaggio, vendita di bombole di gas, piccole riparazioni), ma anche il noleggio di furgoni per piccoli trasporti, a prezzi convenienti. L’area è aperta dalle 7.30 alle 12.30 e dalle 14.30 alle 19.30 dal lunedì al venerdì, la domenica mezza giornata. **Alberto Rochira**



Islam Rafik

IMPRENDITORE STRANIERO/PN

GURDWINDER SINGH, L’INDIA NEI PIATTI

Un ambiente affascinante e del cibo profumato caratterizzano quello che è stato il primo ristorante indiano ad aprire, in Provincia di Pordenone, il 19 novembre del 2004. Oggi, a quindici anni di distanza, il New Punjab risulta tra i posti migliori dove mangiare a Fontanafredda (via Pontebbana, 2). Tra le sue note distintive, almeno a giudicare dalle recensioni, c’è un ampio menù, con una vasta scelta di piatti sia di carne che vegetariani. Vengono apprezzati anche la gentilezza e l’atmosfera che si respirano nel locale. Il tutto, ovviamente, in un tripudio di spezie, elemento alla base della cucina indiana. Il piccante viene dosato, però, a seconda delle esigenze e le porzioni sono generalmente abbondanti.

Il ristorante non è grande ma è ricco di quelle suggestioni che tanto piacciono agli appassionati del genere. Tanto colore, piatti e ciotole di metallo, drappi alle pareti e quel tocco orientale capace di far scivolare via, per qualche ora, il logorio della vita moderna.

A raccontarci qualcosa della sua attività è il titolare, il giovane **Gurdwinder Singh**, classe 1991.

Quando avete aperto il New Punjab?

“Io e la mia compagna abbiamo rilevato il locale il 1mo giugno 2018, ma era aperto da molti anni”.

Cosa piace di più della vostra proposta?

“Una cosa che apprezzano molto i miei clienti

è l’arredamento. È stato fatto a mano su commissione da degli artigiani in India e poi importato tramite container. Naturalmente conta più di tutto il cibo che serviamo e che è tipicamente indiano. Cerchiamo di riprodurre la stessa qualità delle ricette originali con gli ingredienti che si trovano nei piatti del nostro paese. L’unica cosa ad essere un po’ diversa è il dosaggio del piccante e delle spezie che utilizziamo. È stato un po’ diminuito per venire incontro ai palati occidentali”.

Quali sono i piatti preferiti dalla vostra clientela?

“Tante cose. Dalle carni marinate ai piatti in salsa, passando per il riso e il pane fatto nel tandoor, il nostro forno tradizionale in terra cotta”.

Parla bene italiano. E’ da molto che risiede nel nostro Paese?

“Ho 28 anni e sono in Italia da quando ne avevo 9. Mi sono diplomato come perito meccanico e dall’anno scorso abbiamo rilevato il ristorante. La mia compagna ci lavorava già da 5 anni come cameriera”.

Aveva già altre esperienze con la ristorazione?

“Sì, i miei genitori gestivano una pizzeria d’asporto a Fontanafredda”.

Il ristorante New Punjab è aperto dal martedì alla domenica, con i seguenti orari: 12:30 - 14:30, 18:30 - 22:30. Gradite le prenotazioni al numero 0434 565616.

Emanuela Masseria



Alcuni piatti del New Punjab di Fontanafredda



IL RISTORANTE È STATO APERTO DI RECENTE A MARTIGNACCO

TRE PAESI DIVERSI, UN'UNICA CUCINA

RAMON APOSTOLESU, RUMENO, MICAELA BOLOGNA, SICILIANA, E BEN ISUFAJ, ALBANESE, SONO I TITOLARI DEL RAMON FOODSTUDIO

» MARCO BALLICO

Tre esperienze diverse che si sono ritrovate in un progetto innovativo e ambizioso. Per dare da mangiare alle persone, ma anche per farle star meglio. «Cucina funzionale», riassumono i titolari. Siamo in via Garibaldi a Martignacco in un locale riaperto lo scorso 5 aprile con l'insegna Ramon Foodstudio Restaurant.

Ramon Apostolescu, rumeno, **Micaela Bologna**, siciliana, **Ben Isufaj**, albanese, sono le tre storie che si incrociano. Ramon aveva lavorato con Giovanni Gallinaro, che fu anima dell'Astoria di Udine, negli stessi spazi a Martignacco e da cameriere e poi gestore del ristorante dell'Udinese. Micaela, da sempre nella ristorazione, appassionata di cucina vegana, negli ultimi anni ha portato avanti il progetto Pharmavegana dell'azienda padovana Sitar specializzata nell'igiene alimentare. Isufi è un imprenditore del settore della bonifica che ha creduto nell'avventura.

“LA NOSTRA È UNA CUCINA FUNZIONALE, OVVERO PENSATA ANCHE PER LA SALUTE DEL CLIENTE”

Una delle proposte più originali del ristorante di Ramon, Micaela e Ben è la pizza. Un impasto composto da 16 farine di cereali, selezionati dopo un'intensa fase di prove, con la possibilità dell'aggiunta del carbone vegetale che permette di sfornare una pizza di colore scuro. Alle classiche si aggiungono soluzioni gourmet con abbinamenti che osano (cipolla di tropea con acciughe e lardo di Sauris; porcini, arachidi, germogli di porro e gamberoni; friarelli, salsiccia, bufala affumicata e capperi).

Il resto del menù, che cambia ogni tre settimane e pensa anche a vegani e vegetariani, è un'offerta di stagione con particolare attenzione per il pescato di giornata, scelto quotidianamente da Ramon, ma anche con tagli di carne di provenienza estera: Uruguay, Irlanda, Galizia. La filosofia è poi quella del “kmzero”, con acquisti dai contadini della zona. E la pasta viene fatta rigorosamente in casa. Tra i piatti del mese, la capasanta ai ferri con vellutata di patate e lime, taccole, fagiolini e pomodorino confit, il timballo di lasagna gratinato ai formaggi locali, tocco di basilico e crema di peperoni rossi, il foie gras con frutta e ortaggi caramellati. Ad accompagnare ci sono vini friulani, con qualche escursione fuori regione, soprattutto in Toscana.

Al lavoro anche lo chef Bajram e il pizzaiolo Luigi in un locale che, con la terrazza e la sala al primo piano, può servire fino a 120 coperti. Per le prenotazioni (pranzo e cena) 0432/678018, turno di chiusura il martedì. Il concetto di «cucina funzionale»? «Gli alimenti che portiamo in tavola e la loro cottura sono pensati anche per la salute del cliente».

IL LOCALE DEL MESE

BAR XXI IL RITROVO DEI SUBACQUEI



A Udine, nella zona sud del quartiere tra viale Ungheria e viale Trieste, c'è un bar diventato punto di riferimento per gli abitanti del luogo: il XXI, situato in via Manzini 21, appunto. Dietro il bancone, da gennaio del 2019, c'è **Massimo Fontanini** (detto Max dai clienti più affezionati), con la sua simpatia e professionalità.



Il titolare
Massimo (Max) Fontanini

«A cinquant'anni compiuti - racconta - dopo 35 anni di fabbrica, mi sono trovato senza lavoro e con poche nuove opportunità d'impiego.

Sono sempre stato una persona aperta, disponibile e predisposta al contatto con gli altri. Così mi è parso abbastanza naturale guardare alle possibilità offerte dalla mescolta, diventando imprenditore di me stesso». Venuto a sapere che il bar XXI era in vendita, dopo la necessaria e adeguata formazione, si è lanciato nell'impresa della gestione diretta, rinnovando il locale e rimboccandosi le maniche.

«C'è da dire - aggiunge - che sono stato spesso a visitare il Vinitaly e che frequento le cantine della regione per mia passione personale e attenzione verso il nostro mondo del vino».

Perciò, la scelta del bar XXI è quella di offrire alla propria clientela le immancabili bollicine, ma anche i vini del Collio e dei Colli Orientali del Friuli.

Alla mattina, però, l'offerta è quella dolce, tipica della caffetteria, mentre nell'ora di pranzo e nel pomeriggio si trasforma in un luogo per brevi soste e spuntini, da consumare anche all'aperto, sotto i portici del palazzo. Ampia è l'offerta di toast, tramezzini, piadine e panini che vengono confezionati, freschi, al momento, con materie prime ricercate e locali. Per un pranzo veloce, oltre alle “tradizionali” insalatone e piatti freddi estivi, si può scegliere tra una lista di una ventina di piatti caldi.

Essendo anche un appassionato subacqueo, attorno a Massimo si è creato un punto d'incontro dei soci dell'Associazione Tribù.

Il bar XXI è chiuso il sabato e la domenica. Gli altri giorni della settimana è aperto dalle ore 7,30 alle 19,30. **Adriano Del Fabro**

LA BIRRA DEL MESE

BIRRIFICIO DI NAON IN UN'EX OFFICINA



Novità nel mondo birrario pordenonese: questo mese sono iniziati i lavori per il nuovo stabilimento del Birrifico di Naon. Nato nel 2014 da un'idea di **Paolo Costalonga**, appassionato di birra artigianale e già titolare di un negozio di prodotti alimentari locali, sinora era stato attivo come beerfirm - ossia utilizzando l'impianto produttivo di un altro

birrifico; e ora che i tempi sono maturi si prepara al grande passo, rimettendo a nuovo l'ex officina Pignat a Rorai Piccolo. Una scelta, spiega Costalonga, «coerente con quella che è la nostra filosofia di produzione sostenibile e valorizzazione del territorio: riqualificazione dell'esistente, non ulteriore consumo di suolo».

Tutte le birre di Naon, infatti, utilizzano prodotti provenienti dal territorio circostante: non solo l'orzo e il luppolo da Friuli e Veneto, ma anche mais cinquantino del gemonese, cumino di Andreis, e grano saraceno friulano.

Oltre al titolare, il birrifico impiegherà altre tre persone tra produzione e banco degustazione; e sarà operativo a partire da inizio 2020.

Sono quattro, ad oggi, le birre prodotte: la Medunia - una american common lager, fresca e dal finale delicato tra l'amarotico e l'agrumato; la blonde ale Cinquantino - realizzata appunto con il mais omonimo, che dona note dolci; la pale ale Ambria - dai toni biscottati e caramellati; e la american brown ale Blecs - caratterizzata dai sapori dell'orzo torrefatto veneto e del grano saraceno, e dalla nota balsamica del cumino. Tutte birre pensate anche per l'abbinamento gastronomico, in particolare la Blecs, che accompagna egregiamente sia primi piatti che secondi a base di selvaggina.

Per ora, riferisce Costalonga, non ci sono in programma altre birre; «ma l'apertura del birrifico e della sala degustazione sicuramente aprirà nuove opportunità - osserva -, per cui immagino un prossimo futuro in cui elaboreremo nuove ricette. Continueremo sempre a legare al territorio, sia per le materie prime, che per l'usanza di raccontare nell'etichetta di ogni birra una breve storia ambientata nel pordenonese». Info su www.birradinaon.com **Chiara Andreola**

A SAN VITO AL TAGLIAMENTO IL CENTRO DIGITALE LEF 4.0 RADDOPPIA



Un rendering dell'ampliamento

Si amplia notevolmente LEF 4.0 - fabbrica modello digitale e centro d'eccellenza all'interno del Consorzio Ponterosso di San Vito al Tagliamento - dedicato alla formazione esperienziale per la diffusione dei principi di lean management, Industria 4.0 e metodologia agile. La struttura è nata nel 2011 dalla collaborazione tra Unindustria Pordenone, McKinsey & Company e altri partner del territorio tra cui la Camera di Commercio di Pordenone - Udine. La cerimonia per la posa della prima pietra è avvenuta alcuni giorni fa alla presenza, tra gli altri, dell'assessore regionale alle Attività Produttive e al Turismo, **Sergio Emidio Bini**. Il progetto, che raddoppierà la superficie portandola a 2 mila mq, comprenderà due linee di produzione, un'area dedicata all'innovazione e un incubatore per le start up. Il progetto è finanziato da Regione FVG e Consorzio Ponte Rosso con un contributo di circa 3,5 milioni di euro.

Negli ultimi quattro anni oltre 1.700 collaboratori di 700 aziende sono stati formati in LEF, che ha sostenuto nel tempo un'evoluzione continua degli ambienti didattici esperienziali. A San Vito viene svolta inoltre attività di formazione per le scuole secondarie di secondo grado, gli Istituti Tecnico Superiori e le Università. Nel 2018 la fabbrica modello è entrata in SMOCT CC, il Competence Center delle Università del Triveneto. In questo network, essa rappresenta uno dei demo center grazie alla natura esperienziale della fabbrica modello. La struttura è inoltre socio affiliato del Competence Center (CC) ARTES 4.0, che opera in modo diretto in 7 regioni. LEF 4.0, dal 2017, è anche capofila di DiEx, uno dei 4 Digital Innovation Hub (DIH) regionali, e fa parte del network di DIH di Confindustria. DiEx è stato il primo Digital Innovation Hub esperienziale sviluppato secondo le linee guida del Piano nazionale Industria 4.0. LEF 4.0 è infine inserita nel network globale di 24 centri per la formazione esperienziale di McKinsey & Company.

L'ESPERIENZA DI BRAIDA AL CORSO "I NUOVI MODELLI DI BUSINESS"

AGGIORNARSI SULLE NUOVE TECNOLOGIE

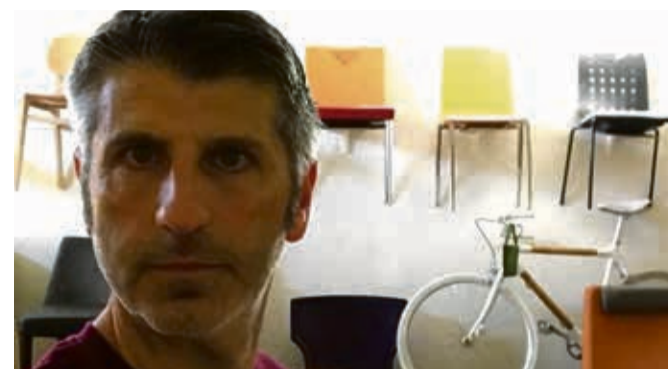
ANCORA INIZIATIVE LEGATE ALL'INDUSTRIA 4.0. A SETTEMBRE SI PARLERÀ DI "GROWTH HACKING E LEAN STARTUP" E "DIGITALIZZAZIONE AVANZATA"

Dalla realtà aumentata agli utilizzi e ambiti di applicazione dei Big Data, dall'Internet of Things (IoT) alla Strategy Map. Sono alcune delle materie affrontate nel corso "Impresa 4.0. I nuovi modelli di business" promosso di recente dalla Camera di Commercio di Pordenone-Udine. In un percorso di 35 ore, i partecipanti hanno ottenuto nozioni utili per capire al meglio le dinamiche dell'industria attuale e futura.

Tra i 14 studenti-corsi c'era anche **Lorenzo Braida**, 48 anni, imprenditore della Concepts by Braida di Manzano, azienda specializzata nella produzione di sedie e tavoli per hotel, ristoranti e navi da crociera. Una realtà che fattura 1 milione di euro all'anno, con l'export che incide per il 90% e una presenza consolidata soprattutto in Francia e nei Paesi arabi. Che cosa l'ha spinto a frequentare il corso? «Volevo aggiornarmi sulle nuove tecnologie e relativi sbocchi futuri - racconta -. Che cosa mi ha colpito di più? Le applicazioni su realtà aumentata e virtuale: prima le ritenevo "lontane" da un'azienda piccola come la nostra, invece ce le hanno spiegate in modo molto pratico». A impressionarlo anche la giornata nei laboratori del Malignani di Udine «interessante - aggiunge Braida - perché mi ha offerto strumenti semplici per approfondire il discorso della progettazione. Con un approccio diverso, l'ha resa di comprensione più facile. L'esperienza, a tutto tondo, è stata positiva». Ha dunque in mente di frequentare altri corsi? «La formazione è indispensabile - conclude Lorenzo -. Gli orari delle lezioni (dalle 18 alle 21, ndr) hanno aiutato molto, perché non sempre è possibile avere il tempo di aggiornarsi. Un plauso alla Camera di Commercio per l'organizzazione: in futuro vorrei approfondire le modalità di applicazione delle nuove tecnologie nella vita di ogni giorno, ricevendo informazioni pratiche sugli strumenti a disposizione».

A inizio 2020, l'ente camerale dovrebbe proporre la seconda edizione del corso, ma prima sono già in rampa di lancio altre iniziative legate all'Industria 4.0. A settembre, infatti, partiranno le lezioni su "Growth hacking e Lean startup", incentrate su come coniugare design di prodotto, gestione delle risorse e comunicazione marketing con l'obiettivo di migliorare i numeri che contano per l'azienda nel modo più rapido ed economico possibile, e su "Digitalizzazione avanzata: cosa avviene durante e dopo l'impostazione di un progetto impresa 4.0". Le informazioni su entrambe le iniziative sono già disponibili sul sito della Camera di Commercio di Pordenone-Udine.

Luciano Patat



Lorenzo Braida

IN COLLABORAZIONE CON ICE

IL PROGETTO START EXPORT

Una trentina di aziende del Pordenonese ha aderito al progetto Start Export, iniziativa promossa dal sistema camerale in collaborazione con ICE che prevede lo svolgimento di incontri individuali con imprese interessate ad avviare o rafforzare la propria presenza all'estero, al fine di illustrare gli strumenti che la stessa agenzia e Camera di Commercio di Pordenone - Udine, tramite l'azienda speciale ConCentro, mettono a disposizione per favorire l'internazionalizzazione e la promozione del made in Italy nei paesi target.

Gli incontri hanno avuto luogo nella sede camerale di Pordenone: i funzionari ICE-Agenzia e personale di ConCentro, durante un colloquio informativo, hanno potuto mettere a fuoco le potenzialità di export dell'azienda proponendo un'offerta di servizi di internazionalizzazione in linea con gli specifici input illustrati dagli imprenditori.

Gli appuntamenti hanno inoltre costituito l'occasione per una mappatura degli interessi e delle concrete esigenze delle imprese finalizzata alla predisposizione del programma promozionale per l'internazionalizzazione 2020.

FORMAZIONE INVESTIRE IN PROFESSIONALITÀ

PORDENONE-UDINE
www.pnud.camcom.it
PEC: cciaa@pec.pnud.camcom.it

Ci trovi a PORDENONE
Azienda Speciale ConCentro
tel. 0434 381602
formazione@pn.camcom.it
www.pn.camcom.it

UDINE
I.TER Società consortile a r.l.
tel. 0432 273245
ricercaeformazione@ud.camcom.it
www.ud.camcom.it
facebook: @cciaaudformazione

ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER!

CORSI FINANZIATI

CORSO DI FORMAZIONE IMPRENDITORIALE
Data: settembre 2019
Durata: 102 ore
Costo: gratuito

GROWTH HACKING E LEAN START UP
Data: settembre 2019
Durata: 60 ore
Costo: gratuito

TECNICHE DI FRONT E BACK OFFICE (corso programma Pipol)
Data: settembre 2019
Durata: 250 ore
Costo: gratuito

DIGITALIZZAZIONE AVANZATA: COSA AVVIENE DURANTE E DOPO L'IMPOSTAZIONE DI UN PROGETTO IMPRESA 4.0
Data: settembre 2019
Durata: 60 ore
Costo: gratuito

CORSI PERSONALIZZATI

cofinanziati dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia nell'ambito del POR del FONDO SOCIALE EUROPEO 2014/2020

Sei un'azienda alla ricerca di specifiche figure professionali da inserire nel tuo organico?

I.TER ti aiuterà a individuarle e formarle, con il supporto di professionisti esperti, per mezzo di alcuni servizi gratuiti:

- organizzazione di un percorso formativo
- raccolta e selezione delle candidature in collaborazione con il Centro per l'impiego e la struttura Servizi alle Imprese. L'Azienda potrà partecipare alla docenza portando in aula la sua esperienza diretta e svolgere parte della formazione presso la propria sede. Potrà partecipare alla valutazione finale degli allievi al fine di eventuali inserimenti lavorativi nel suo organico (con contratto di assunzione oppure mediante l'attivazione di un tirocinio con il supporto di I.TER)
- promozione dell'offerta formativa-lavorativa sul sito della Regione FVG

DIVERSE LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE SELEZIONATE

IL PREMIO "TOP OF THE PID"

RICONOSCIMENTO ALLE IMPRESE CHE SI CONTRADDISTINGUONO PER PROGETTI DI INNOVAZIONE. DOMANDE ENTRO DOMANI, 31 LUGLIO

Premiare le imprese italiane che hanno realizzato o stanno realizzando progetti di innovazione in chiave Impresa 4.0. È quanto si propone Unioncamere con il Premio 'Top of the PID', rivolto alle aziende che hanno utilizzato i servizi offerti dai Punti Impresa Digitale (PID, appunto) delle Camere di Commercio, attivo anche nella Camera di Commercio di Pordenone-Udine.

Saranno premiate le singole imprese o i gruppi di imprese che, grazie anche ai servizi erogati dai Punti Impresa Digitale (Voucher Digitali, SELF4.0 - Self Assessment della maturità digitale, ZOOM 4.0 - Assessment guidato della maturità digitale, Servizi di orientamento e mentoring), hanno avviato o hanno in corso un progetto di innovazione della propria attività imprenditoriale, con l'obiettivo di migliorare la competitività in uno degli ambiti individuati dai Pid camerali, ossia: circular economy (sostenibilità, energia sostenibile, economia circolare, prodotti sostenibili, ecc.); manifattura intelligente e avanzata (macchinari interconnessi, stampa 3D, fabbricazione digitale...); sociale (salute, biotecnologie, cultura, servizi e prodotti a sostegno dello sviluppo di smart cities, sicurezza e inclusione...); servizi, commercio, distribuzione e turismo (soluzioni digitali avanzate per il marketing o customer care, logistica, patrimonio culturale...); nuovi modelli di business 4.0 (ri-progettazione dei processi organizzativi dell'impresa).

I VINCITORI POTRANNO AVERE UNA CONSULENZA PERSONALIZZATA SUI TEMI DELLA DIGITALIZZAZIONE D'IMPRESA CON I PROFESSIONISTI E I SERVIZI DELLA RETE PID

Per candidarsi, le imprese devono compilare, firmare digitalmente e inviare a premiopid@unioncamere.it la domanda di partecipazione entro domani, mercoledì 31 luglio. Le vincitrici saranno selezionate entro il prossimo 18 ottobre e avranno accesso a diverse opportunità. Tra queste, una consulenza personalizzata sui temi della digitalizzazione d'impresa con i professionisti e i servizi della rete PID, partecipare a un evento realizzato nell'ambito di una fiera nazionale sui temi dell'innovazione, esporvi il proprio progetto innovativo, realizzare un'intervista per i canali social e sul portale dei PID, nonché partecipare alle attività di media relation di "Top of the PID" per diffondere il proprio progetto.

Regolamento e domande di candidatura disponibili su www.puntoimpresadigitale.camcom.it.



PORDENONE

IL POLO TECNOLOGICO CERTIFICA I MANAGER



Il direttore del Polo, Franco Scolari

Il Polo Tecnologico di Pordenone, di cui CCIAA Pn-Ud è partner storico, prosegue con attività finalizzate a scalare posizioni nel ranking nazionale dedicato alle attività di assistenza alle imprese - specificamente Pmi manifatturiere - nel fondamentale percorso di trasformazione digitale. L'iniziativa, sviluppata dall'ex ministro **Carlo Calenda** con il piano nazionale

Industry 4.0 ed intrapresa anche dall'attuale compagine di Governo, ha confermato nell'iper-ammortamento una misura importante per il turn-over degli impianti.

In questo senso il Polo Tecnologico, certificato dal ministero dello Sviluppo Economico per i servizi e Industry 4.0, si è conquistato fette di valore aggiunto significative per la qualità e la numerosità degli interventi di perizie giurate e altre misure di fiscalità agevolata.

«Potevamo forse fermarci qui? - si domanda il Direttore del Polo, **Franco Scolari** - Certamente no e difatti, guardando con attenzione alla Legge di Stabilità 2019 che prevede l'istituzione degli Innovation Managers, abbiamo avviato un processo di certificazione delle competenze di collaboratori e associati. I primi - spiega ancora Scolari - saranno certificati dal Rina, primario Ente di certificazione nazionale, e otterranno l'iscrizione all'albo nazionale dei manager dell'innovazione. In forza di ciò, già da settembre le Pmi del Territorio potranno fare domanda alla CCIAA e ad altre Istituzioni per queste precise figure professionali».

A fronte di progetti fino a un massimo di 80 mila euro le aziende otterranno un voucher per il 50% dell'onere dell'intervento del professionista certificato. Sono già inseriti in questo percorso una quindicina di manager a tutela della garanzia in avvio di progetti di trasformazione digitale per la competitività delle imprese. «Ancora una volta - ha concluso Scolari - il Polo Tecnologico di Pordenone si conferma ente professionalmente avanzato sul fronte dell'assistenza alle imprese e per la trasformazione digitale».

OPPORTUNITÀ PER L'ESTERO

SETTEMBRE	FIERA ALIANKINTA - Tampere (FINLANDIA) 24-26 settembre 2019 Subfornitura Industriale Meccanica, Elettromeccanica
OTTOBRE	EATALY IS ITALY - Los Angeles, Chicago, New York (STATI UNITI D'AMERICA) 07-11 ottobre 2019 Arredo Design, Food&Wine (vitivinicolo)
	INCOMING BUYERS GERMANIA - Pordenone 08-09 ottobre 2019 Subfornitura Industriale Meccanica, Elettromeccanica, Plastica
	BORSA VINI ICE RUSSIA - Mosca (RUSSIA) 10 ottobre 2019 Food&Wine (vitivinicolo)
	BORSA VINI ICE GIAPPONE - Kyoto, Tokyo (GIAPPONE) 15-17 ottobre 2019 Food&Wine (vitivinicolo)
	MEET IN ITALY FOR LIFE SCIENCES - EEN - Trieste 16-18 ottobre 2019 Meccanica Elettronica, Altro (biotech, ICT per la salute, nutraceutico, filiere correlate)
	INCONTRI D'AFFARI @ BUSINESS MEETS FUTURE - EEN - Udine 18 ottobre 2019 Imprese giovani
	GRANDI DEGUSTAZIONI DI VINI ITALIANI IN CANADA - Vancouver, Calgary e Toronto, Montréal (CANADA) 28-30 ottobre 2019 Food&Wine (vitivinicolo)
NOVEMBRE	FIERA ELMIA SUBCONTRACTOR - Jönköping (SVEZIA) 12-15 novembre 2019 Subfornitura Industriale Meccanica, Elettromeccanica
	MIRABILIA - BORSE INTERNAZIONALI DEL TURISMO CULTURALE E DEL FOOD&DRINK - Matera 18-19 novembre 2019 Food&Wine
	MISSIONE IMPRENDITORIALE e B2B A SINGAPORE e BORSE VINI SUD EST ASIATICO - Singapore, Taipei (SINGAPORE, TAIWAN) 18-21 novembre 2019 Food&Wine (Vitivinicolo), Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro
	PARTECIPAZIONE A FIERA DESIGN DISTRICT DUBROVNIK - Dubrovnik (CROAZIA) 21-23 novembre 2019 Arredo Design

I calendari aggiornati su www.pn.camcom.it e www.ud.camcom.it

LE IMPRESE CONTINUERANNO A RIVOLGERSI AGLI UFFICI CAMERALI DELLE SEDI TERRITORIALMENTE COMPETENTI

INTERNAZIONALIZZAZIONE

PORDENONE-UDINE

www.pnud.camcom.it

PEC: cciaa@pec.pnud.camcom.it

Ci trovi a

PORDENONE - Corso Vittorio Emanuele II, 56

Tel. 0434 381250 381653 381609

mail: internazionalizzazione@pn.camcom.it

UDINE - Via Morpurgo, 4

Tel. 0432 273531 273532

mail: progetti.info@ud.camcom.it

L'azienda speciale **ConCentro** e la società consortile **I.TER** fanno parte della "Rete Enterprise Europe Network", cofinanziata dall'Unione Europea

ConCentro sovrintende il "Centro Regionale della Subfornitura del Friuli Venezia Giulia" e il progetto "Pordenone With Love"

L'attività di **I.TER**, a supporto delle imprese impegnate verso l'estero, viene svolta dalla sede di Udine di **Promos Italia**, la nuova struttura nazionale del sistema camerale a supporto dell'internazionalizzazione

ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER!

ENTRO IL 10 SETTEMBRE

ISCRIZIONI PER LA BORSA DEL TURISMO CULTURALE



Appuntamento dal 18 al 19 novembre a Matera

Sono aperte le iscrizioni per le imprese del turismo e della cultura del territorio che vorranno iscriversi all'ottava edizione della Borsa Internazionale del turismo culturale e alla terza edizione della Borsa Internazionale Food&Drink, eventi che si terranno a Matera, Capitale Europea della Cultura per il 2019, dal 18 al 19 novembre 2019. Le adesioni vanno inviate entro il 10 settembre via PEC a iter@pec.pnud.camcom.it. Queste importanti giornate di incontri d'affari e promozione sono come sempre organizzate nell'ambito del progetto "Mirabilia - European Network of Unesco Sites", di cui la Camera di Commercio Pordenone-Udine è partner consolidato, e sono organizzate congiuntamente alle altre Camere di Commercio partner del network, ossia quella di Bari, Benevento, Caserta, Crotone, Genova, Matera, Messina, Molise, Pavia, Perugia, Potenza, Riviera di Liguria, Sassari, Sicilia Orientale, Venezia Giulia, Verona. A Matera, qualificati operatori e buyer provenienti da tantissimi Paesi europei ed extraeuropei incontreranno le nostre imprese del settore.

L'Italia, si sa, ha una profondità storica, una varietà di paesaggi, una ricchezza di tradizioni unica al mondo, tant'è vero che vanta il maggior numero (55) di siti iscritti dall'Unesco nella lista dei beni patrimonio dell'umanità, di cui cinque in Fvg. Partendo da questo dato di fatto, le Cciao hanno deciso di creare Mirabilia, un network tra città Unesco, per promuoverle in maniera coordinata e strutturata ai turisti italiani e stranieri. Soprattutto, grazie al know-how del sistema delle Camere di Commercio, si somma la promozione dei luoghi, i siti Unesco e i territori circostanti, alla promozione dei servizi offerti da quei territori: il business del turismo culturale, i collegamenti, l'offerta alberghiera e la qualità dell'offerta turistica. Fino alla creazione, mai tentata prima, di pacchetti turistici creati su misura per collegare fra loro le destinazioni Mirabilia, con offerte differenziate.

enterprise
europe
network

SELL OR BUY
luglio 2019



L'Europa alla portata della vostra impresa.

Proposte di collaborazione pervenute al punto Enterprise Europe Network - Consorzio Friend Europe 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. Per una completa consultazione si rimanda alla pagina del sito www.ud.camcom.it, sezione Enterprise Europe Network.

REGNO UNITO: Società del Regno Unito, specializzata nella fornitura di giochi e attrezzature per persone affette da problemi cognitivi come demenza, difficoltà di apprendimento e menomazioni fisiche è interessata ad ampliare il portfolio tramite accordi di distribuzione. L'azienda sta cercando nuovi prodotti in grado di supportare e soddisfare i propri clienti. (Rif. BRUK20190523001 - Lug.19)

BELGIO: Dal Belgio editore di software per la gestione delle spese cerca agenzie commerciali con esperienza nel settore pubblico per offrire soluzioni digitali (software finanziario, digitalizzazione del processo, gestione di vita di un bando di gara) volte a gestire il processo delle spese indirette e le relazioni del fornitore. (Rif. BOBE20190625001 - Lug.19)

GERMANIA: Azienda di medie dimensioni cerca artigiani per subappalto lavori di pavimentazione, riscaldamento, clima e/o impianti sanitari, lavori interni con legno e metallo. È richiesto che la controparte sia strutturata per gestire il distacco transfrontaliero di lavoratori e sia in grado di lavorare in forma autonoma alle diverse commesse. (Rif. BRDE20190621001 - Lug.19)

EEN.EC.EUROPA.EU



Non ci si assume alcuna responsabilità per le informazioni incomplete e/o inesatte contenute nel presente documento, né sull'affidabilità delle aziende inserzioniste. Ulteriori informazioni e opportunità complete:

Per le imprese della provincia di Pordenone: Azienda Speciale Concorso
tel. +39 0434 381250-653 - internazionalizzazione@pn.camcom.it
www.pn.camcom.it, sezione Enterprise Europe Network

Per le imprese della provincia di Udine: I.TER
tel. +39 0432 273531-537 - progetti.info@ud.camcom.it
www.ud.camcom.it, sezione Enterprise Europe Network.

LA FIRMA A PORDENONE

ACCORDO TELEMATICO CON LA PROCURA

Si consolida la collaborazione tra la Camera di Commercio di Pordenone - Udine e gli uffici giudiziari del Friuli Venezia Giulia: il Procuratore Capo della Repubblica di Pordenone, **Raffaele Tito** e il Presidente dell'Ente camerale **Giovanni Da Pozzo** - presente anche il vicepresidente, **Giovanni Pavan** - hanno infatti sottoscritto, analogamente a quanto era avvenuto nella provincia di Udine, un protocollo d'intesa biennale tra Istituzioni con cui la Cciao sostiene e aiuta l'amministrazione della giustizia nell'importante processo di digitalizzazione dei suoi servizi. L'accordo prevede la fornitura, da parte della Cciao, degli accessi al servizio Registroimprese Telemaco, per far sì che la Procura possa interrogare in via telematica e senza costi le banche dati di Registro imprese e Protesti. Camera di Commercio, inoltre, si è impegnata a realizzare il sito internet della Procura, sostenendo i costi di registrazione, attivazione e mantenimento, di progettazione e messa in linea del sito, con la adeguata formazione del personale per il suo costante aggiornamento. Cciao fornirà infine, agli uffici giudiziari, in comodato d'uso gratuito, una fotocopiatrice multifunzione.

«Camera di Commercio - ha commentato Da Pozzo - è da sempre pronta a promuovere l'innovazione della Pa, anche mettendo a disposizione di alcune delle più importanti pubbliche amministrazioni del territorio l'esperienza del suo personale, promuovendo una fondamentale collaborazione tra istituzioni per garantire maggior velocità d'azione, efficienza e miglior comunicazione e risposta verso i cittadini e le imprese». Tito ha espresso «un vivo ringraziamento per la collaborazione, siamo qui per fornire un servizio ai cittadini e se riusciamo a migliorarci grazie al vostro aiuto è certamente positivo perché lo Stato deve funzionare bene uniformemente. Noi ce la mettiamo tutta, come sempre».



Giovanni Pavan, Raffaele Tito e Giovanni Da Pozzo

**SEDE DI UDINE
U.R.P.
CHIUDE il 16 agosto**

Borsa Mercè
Rilevazioni prezzi
SOSPESE venerdì 9 e 16 agosto
RIPRENDONO venerdì 23 agosto

Ufficio Arbitrato e Conciliazione
Sedute di mediazione
SOSPESE dal 1° al 31 agosto
RIPRENDONO lunedì 3 settembre

**I.TER Società consortile a r.l.
(formazione e promozione)
e la sede di Udine di PROMOS
ITALIA**
CHIUDONO dal 12 al 23 agosto

SEDE PERIFERICA DI TOLMEZZO
CHIUDE dal 5 al 23 agosto
RIAPRE lunedì 26 agosto

25
agosto
CANEVA

In campagna col
FIGOMORO
genuinità da vivere e degustare

PROROGA TERMINI PER IL VERSAMENTO DEL DIRITTO ANNUALE 2019
Entro il 30 settembre per i soggetti per i quali sono stati approvati gli ISA

ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO - BANDO 2019
Presentazione domande entro il 30 settembre 2019

VOUCHER PER INIZIATIVE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE - BANDO 2019
Presentazione domande entro il 30 novembre 2019

INDICI FOI SENZA TABACCHI
Diffusione il 9 agosto (dopo le ore 13:00)
CENSIMENTO ISTAT PERMANENTE DELLE IMPRESE
Entro il 16 settembre

LE IMPRESE DEVONO RIVOLGERSI AGLI UFFICI CAMERALI DELLE SEDI TERRITORIALMENTE COMPETENTI

NEWS CCIAA

PORDENONE-UDINE
www.pnud.camcom.it
PEC: cciaa@pec.pnud.camcom.it

Ci trovi a
PORDENONE - Corso Vittorio Emanuele II, 47
Centralino 0434 3811
mail: urp@pn.camcom.it

UDINE - Via Morpurgo, 4
Centralino 0432 273111
mail: urp@ud.camcom.it

Vuoi ricevere notizie su eventi,
nuove iniziative, adempimenti,
contributi, progetti
della Camera di commercio?

ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER!

