



## FILIERA TURISMO, RIPARTIAMO DA QUI

L'INTERO SISTEMA VALE IL 13% DEL PIL REGIONALE.  
LE STRATEGIE, LE INTERVISTE E LE STORIE DA PAG. 2 A PAG. 8

### “MORATORIA FISCALE PER GLI ALBERGATORI”

Pag. 3



### È CACCIA ALLE PRENOTAZIONI

Pag. 4



### “UN’OPPORTUNITÀ PER REINVENTARSI”

Pag. 6



PERSO IL 20% DEI RICAVI NEI SERVIZI DELL'OSPITALITÀ

# SETTORE STRATEGICO CHE VA RILANCIATO



IL TURISMO È LA CINGHIA DI TRASMISSIONE DELL'INTERO SISTEMA E IL SUO ANDAMENTO SI RIPERCUOTE SU ALTRE ATTIVITÀ

## LOCALIZZAZIONI ATTIVE NELL'INDUSTRIA TURISTICA, OSPITALITÀ E TEMPO LIBERO

	31 dicembre 2019	31 maggio 2020	Var %
Servizi di alloggio (I55)	938	952	1,49%
Ristorazione e Pubblici Esercizi (I56)	8.604	8.478	-1,46%
Agenzie di viaggio, tour operator e altri servizi di prenotazione (N79)	230	228	-0,87%
Industrie alimentari (C10)	828	818	-1,21%
Industrie delle bevande (C11)	88	87	-1,14%
Attività creative, di intrattenimento, ecc. (R90)	329	325	-1,22%
Attività di biblioteche, archivi, musei, ecc. (R91)	27	28	3,70%
Attività sportive e di intrattenimento (R93)	826	823	-0,36%
Trasporti	2.033	2.013	-0,98%
Commercio al dettaglio	11.127	10.935	-1,73%
Attività di noleggio (77.1 e 77.2)	149	156	4,70%
Attività editoriali	209	206	-1,44%
<b>TOTALE Sistema turistico</b>	<b>24.450</b>	<b>24.097</b>	<b>-1,44%</b>
<b>TOTALE ECONOMIA</b>	<b>101.839</b>	<b>100.985</b>	<b>-0,84%</b>
Peso % sistema turistico	24,01%	23,86%	

Fonte: elaborazioni del Centro Studi della CCAA di Pordenone-Udine su dati InfoCamere

## SERVIZI DI OSPITALITÀ: CONGIUNTURA NEL 1° TRIMESTRE 2020 RISPETTO AL 4° TRIMESTRE 2019

	Fatturato	Prezzi di Vendita	Prezzi di approvvigionamento	Costi Totali
Pordenone - Udine	-17,3	-2,5	-2,0	-5,6
Pordenone	-26,5	+3,5	+4,6	-6,2
Udine	-11,1	-6,2	-6,3	-5,2

Fonte: indagine congiunturale della CCAA di Pordenone-Udine

## SERVIZI DI OSPITALITÀ: CONGIUNTURA OCCUPAZIONALE

	Rispetto a 1° trimestre 2019	Rispetto a 4° trimestre 2019
Pordenone - Udine	-7,8	-7,8
Pordenone	-8,5	-8,5
Udine	-7,5	-7,5

Fonte: indagine congiunturale della CCAA di Pordenone-Udine

È stata una delle "vittime economiche" principali del coronavirus. La pandemia da Covid-19 ha messo in seria difficoltà il comparto turistico anche in Friuli Venezia Giulia. Tra chiusura dei confini e incertezze sui protocolli sanitari, il lockdown ha provocato molti effetti negativi.

Il settore legato a turismo e tempo libero in 5 mesi - dal 31 dicembre 2019 allo scorso 30 maggio - ha perso oltre 300 attività. «Il valore non ha nulla a che vedere con il coronavirus ma è legato a decisioni prese prima della pandemia. Il dato in funzione agli effetti del Covid-19 sarà quello di settembre, dopo la stagione balneare» analizza **Giovanni Da Pozzo**, presidente della Camera di commercio di Pordenone Udine e di Confcommercio Fvg. L'assenza, almeno nella prima parte dell'estate, di turisti tedeschi e austriaci si fa sentire: «Molti alberghi non hanno ancora riaperto. Bisognerà capire - aggiunge - quanto i visitatori stranieri, ma anche quelli italiani, preferiranno puntare su case e appartamenti per le vacanze, anziché andare in hotel. L'arrivo dell'autunno, in ogni caso, sarà decisivo per tutti i comparti economici della regione». Ma se il settore turistico non dovesse ripartire come sperato, cosa accadrebbe? «Il turismo - conclude Da Pozzo - è la vera cinghia di trasmissione dell'intero sistema. Il suo buon "funzionamento" si ripercuote su attività legate a food, trasporti, edilizia, commercio e eventi culturali. Vale il 13% del Pil regionale. Non pensiamo a un "boom" dopo la ripartenza, ma speriamo si ricominci bene. Altrimenti, l'effetto domino sarà pesante per tutti».



Giovanni Da Pozzo



Paola Schneider



Alessandro Tollon

L'ambito dei servizi legati all'ospitalità, nei primi cinque mesi del 2020, è andato incontro a forti contrazioni del fatturato. Tra Pordenone e Udine, i ricavi lordi sono scesi del 21,4% mentre l'occupazione ha subito un calo del 7,8%. «Purtroppo - allarga le braccia **Paola Schneider**, presidente di Federalberghi Fvg - le strutture ricettive quest'estate non potranno assumere tutti i lavoratori che c'erano lo scorso anno. I dati sono migliori di quanto ci aspettassimo, ma i veri conti si faranno nel trimestre aprile-giugno. Negli scorsi due mesi c'è stato l'80% di calo di presenze. A giugno si registra una lieve risalita, ma non granché».

Nel periodo si è registrato il calo dell'1,46% delle attività di ristorazione e pubblici esercizi. «La ripartenza dopo il lockdown è stata lenta - aggiunge **Alessandro Tollon**, vicepresidente di Confcommercio Udine - e temo che gli strascichi, a livello di chiusure, si vedranno nei prossimi mesi. Il commercio era già in crisi, il Covid-19 ha ulteriormente peggiorato il quadro. Soltanto a Lignano gravitano 2.000 addetti, temo che i licenziamenti, anche di giovani e donne, non mancheranno se la stagione non dovesse essere proficua». Da Tollon, però, arriva un messaggio di speranza: «È il momento di investire sulla qualità, un fattore che può pagare. Miglioreremo ancora i servizi, questa scelta pagherà anche in futuro».

Luciano Patat



UN CLUSTER CHE VANTA OLTRE 160 MILA POSTI LETTO

Un settore strategico, capace di portare indotto e occupazione. Il comparto dell'industria turistica, dell'ospitalità e del tempo libero a Udine e Pordenone contava, al 31 maggio, su 24.097 localizzazioni attive, ossia sedi d'impresa e secondarie.

Nonostante sia uno dei principali canali economici su scala locale, l'ambito ha dovuto fare i conti con gli effetti del coronavirus. Rispetto al 31 dicembre 2019, infatti, sono 353 le attività in meno: alla fine dello scorso anno erano 24.450, con un calo dell'1,44%. Una flessione ancor più marcata di quella dell'economia in generale, scesa da 101.839 a 100.985 attività (854 in meno, -0,84%). A pagare dazio maggiore, in percentuale, è il commercio al dettaglio, calato da 11.127 a 10.935 localizzazioni attive (-1,73%), seguito da ristorazione e pubblici esercizi, passato da 8.604 a 8.478 (-1,46%), e attività editoriali, scese da 209 a 206 (-1,44%). In difficoltà anche i servizi di ospitalità. Tra Udine e Pordenone, il calo di fatturato nel primo trimestre 2020 è stato del 21,4% rispetto allo stesso periodo del 2019. In controtendenza si muovono, invece, le attività di noleggio (da 149 a 156, +4,70%) e quelle legate a biblioteche, archivi e musei (da 27 a 28, +3,70%). Segno positivo anche per i servizi di alloggio, saliti da 938 a 952 con un passo avanti pari all'1,49%. Il cluster turistico Fvg si articola in 160.656 posti letto, di cui 42.867 alberghieri, con 2.610.097 di arrivi e 9.022.550, di cui il 57,2% dall'estero. Oltre all'ospitalità, c'è da considerare anche l'indotto. Ecco che se l'industria del turismo non ripartirà con il vento in poppa, anche in regione non mancheranno le difficoltà. (l.p.)

## IL CLUSTER TURISTICO IN FRIULI VENEZIA GIULIA E IN ITALIA

Indicatori	Friuli Venezia Giulia	Italia
CAPACITÀ RICETTIVA (POSTI LETTO)	160.656	5.107.046
di cui alberghieri	42.867	2.260.180
ARRIVI	2.610.097	128.100.932
PRESENZE	9.022.550	428.844.937
di cui Straniere	57,2%	50,5%
PRODOTTO TURISTICO PIÙ UTILIZZATO	Marino (60%)	Marino (32,1%)
STAGIONALITÀ	Luglio/agosto (36,8%)	Luglio/agosto (45,1%)
STRUTTURE RICETTIVE (*)	1.342	78.348
ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE (*)	4.880	239.184
BAR E PUBBLICI ESERCIZI (*)	4.517	189.483
AGENZIE DI VIAGGIO, SERVIZI TURISTICI	298	22.7440

(\*) localizzazioni attive

Fonte: elaborazioni del Centro Studi della CCAA di Pordenone-Udine su dati InfoCamere e Istat

### DUBBI ANCHE SUL BONUS VACANZE

# "MORATORIA FISCALE PER GLI ALBERGATORI"



IL PRESIDENTE DI CONFCOMMERCIO FEDERALBERGHI, BERNABÒ BOCCA, CHIEDE LA CANCELLAZIONE DELLE RATE IMU E IRES PER TUTTA LA CATEGORIA. BRUCIATI 16 MILIARDI DI PIL

È il presidente del comparto che più ha pagato e sta pagando le conseguenze devastanti del Covid 19. Ma lui fa buon viso a cattiva sorte, allarga le braccia e commenta con mesta ironia: "È vero, il nostro settore, legato al turismo, è in maniera incontrovertibile il più penalizzato, ma di certo non ne andiamo fieri. E siamo anche consapevoli che sarà quello che impiegherà più tempo a riprendersi".

Insomma, dura lex sed lex. Del resto, **Bernabò Bocca**, presidente nazionale di Confcommercio Federalberghi, non è uno che si piange addosso o che aspetta che la bonaccia arrivi d'incanto. "Ci stiamo ancora leccando le ferite - insiste - e non sappiamo come andrà da qui a settembre. I segnali sono troppo pochi per fare previsioni. Così, a questo punto non ci resta che puntare tutto sul 2021 e nel frattempo sopravvivere in questi ultimi mesi del 2020. Sappiamo anche la crisi turistica non colpirà tutti allo stesso modo. È chiaro, ad esempio, che nelle città vocate al turismo le cose andranno molto peggio rispetto alle località di mare e montagna. Ma tant'è!".

Un dato su tutti per capire quello che è successo. Nel 2019 il comparto presieduto da Bocca ha fatturato circa 21 miliardi. "Bene - sottolinea - quest'anno ne perderemo fra i 16 e i 17. Gli operatori del settore sono all'angolo, per questo servono interventi diretti alle imprese. Penso al fondo perduto, a prestiti a tasso zero e non a quelli sulla liquidità che vanno restituiti. Siamo convinti che serva una moratoria fiscale. Certo, la rata Imu di giugno è stata



Bernabò Bocca

stato pre-comatoso. Eppure, si dichiara ottimista. "Se non succede nulla, se non si verificherà un'altra ondata pandemica sono convinto che in alcuni mesi tutto si risolverà. Ma servono, lo sottolineo, decisioni coraggiose". Il riferimento corre dritto a quei Paesi, come Germania Francia e Svizzera, tanto per citarne alcuni, i cui governi hanno elargito soldi al settore in base al fatturato degli anni precedenti. "Per questo - sottolinea - ho detto a Conte che siccome chi ha deciso di riaprire dev'essere considerato un eroe, proprio per questo gli va riconosciuto un vantaggio visto che agli albergatori converrebbe

cancellata, ma a questo punto si abolisca anche la seconda, quella del mese di dicembre". E poi c'è l'Ires, la denuncia dei redditi... Insomma, non possiamo andare in banca a chiedere prestiti per poter pagare le tasse".

Bocca non ha paura a ripetere che il settore alberghiero versa in

di più non riaprire. Un esempio? Io riapro ed evito la Cassa integrazione ai dipendenti, ma allo stesso tempo chiedo allo Stato che si faccia carico dei contributi. Ecco, questo è un modo per incentivare le riaperture".

Bocca insiste sull'ottimismo suo e degli operatori. Ma allo stesso tempo chiede che si dia un freno alla confusione che si è creata su questa pandemia, come testimoniano "le contrapposizioni tra virologi. Abbiamo capito che dovremo convivere con questo virus che, fortunatamente, pare adesso meno aggressivo. Voglio ricordare al proposito che gli alberghi sono soggetti a protocolli sanitari talmente rigidi che fanno di essi uno dei luoghi più sicuri. Casomai, qualche problema ci potrebbe essere nei B&B e negli appartamenti che vengono affittati. Lì, di certo non ci sono le stesse regole sanitarie e igieniche imposte agli albergatori". Anche sul bonus vacanze il presidente di Confcommercio Federalberghi avanza qualche perplessità. "Ne ho parlato anche con il ministro Franceschini. Credo cioè che il limite di 40 mila euro renda troppo esigua la schiera dei potenziali beneficiari. Meglio sarebbe stato creare - chiosa - un meccanismo di deducibilità delle spese per tutte le fasce anche perché se porto in detrazione ho bisogno della fattura e questo, fra l'altro, scoraggerebbe il nero". Infine, Bocca auspica che se non tutta la somma di 2,2 miliardi destinata al bonus sarà utilizzata e la rimanenza dovrà essere destinata al comparto del turismo.

Domenico Pecile

### 8,2 MILIARDI DI PERDITE MENSILI NEL SETTORE

# RISTORAZIONE COLPITA, UNO SU SEI IN DIFFICOLTÀ



TRECENTOMILA POSTI A RISCHIO NEI PUBBLICI ESERCIZI STOPPANI (PRESIDENTE NAZIONALE FIPE): "IL GOVERNO INTERVENGA IN FRETTA"

Dopo tre mesi di lockdown i pubblici esercizi hanno lasciato sul campo 34 miliardi di fatturato. "E speriamo finisca qui", commenta **Lino Stoppani**, presidente nazionale Confcommercio Fipe (Federazione pubblici esercizi). Certo, i segnali della ripartenza ci sono, ma lo spettro di quei 8,2 miliardi di perdita mensili hanno lasciato aperte le ferite. Anche perché degli 84 miliardi di fatturato di tutto il terziario, i tre quarti sono retaggio di alberghi, ristorazione, automotive e moda.

"Si - insiste Stoppani - sono numeri spaventosi. Almeno 50 mila imprese sulle 300 mila complessive versano in grave difficoltà. Senza contare che ci sono 300 mila posti di lavoro a rischio. Inutile nascondersi dietro un dito: questo è un vero e proprio bollettino di guerra. E le conseguenze sono di varia natura". Stoppani cerca di elencarle. Parla di danni sociali che potrebbero evocare quanto accaduto in Francia con i gilet gialli visto che pubblici esercizi e negozi di vicinato "hanno anche una funzione di tenuta del tessuto sociale". Ma c'è

anche, aggiunge, un impoverimento e una dispersione delle professionalità per ricreare le quali "ci vorranno diversi anni. Senza contare, poi, "il rischio concreto di infiltrazioni malavitose, perché sicuramente c'è qualcuno che penserà di usare questo nostro settore come "lavanderia"". Insomma, bisogna intervenire in fretta. Lo deve fare la politica, tuona Stoppani, con liquidità, indennizzi per l'occupazione e altri strumenti emergenziali.

**"NON SO SE LA SOLUZIONE SIA L'ISTITUZIONE DI UN MINISTERO DELL'ALIMENTAZIONE. MA SE COSÌ NON FOSSE VA COMUNQUE MIGLIORATA L'ATTUALE ORGANIZZAZIONE"**



"Riteniamo infatti - aggiunge - che sia necessaria una politica governativa. Ho avuto modo di riferire al premier Conte e al ministro Franceschini, nel corso degli Stati generali, che il cibo rappresenta per l'Italia valori importanti sotto il profilo economico, della cultura, della storia. Nessun Paese può competere con noi sotto questi aspetti". Stoppani si spinge oltre. E dice: "Non so se la soluzione sia l'istituzione di un ministero dell'alimentazione. Ma se così non fosse va comunque migliorata l'attuale organizzazione. Basti pensare che la ristorazione ha una governance diversificata: il Mise, l'Agricoltura e il Turismo. Va da sé, dunque, che servirebbe un'unica regia con una visione unitaria". Per questo Confcommercio Fipe ha suggerito al Governo quattro linee di adozione per aiutare il comparto: l'innovazione e la trasformazione tecnologica, l'investimento sul capitale umano, la valorizzazione dell'identità e specificità italiana e la revisione delle regole "che devono essere uniche per noi, gli agriturismi e così via". (d.p.)

OBIETTIVO: RASSICURARE I TURISTI STRANIERI

# A CACCIA DI PRENOTAZIONI

LA REGIONE FA LEVA SULLA PROMOZIONE E SINERGIA CON VENETO ED EMILIA ROMAGNA PER ATTIRARE AUSTRIACI, TEDESCHI E UNGHERESI

Il Friuli Venezia Giulia ha fatto partire la prima stagione estiva post Covid-19 e non è stato facile. La Regione ha messo in campo impegno e risorse per avviare un'estate 2020 decisamente "eccezionale". Oltre 250mila euro sono stati destinati all'animazione territoriale per i servizi turistici a disposizione degli ospiti. Forte, anche, l'impegno economico dal punto di vista della promozione: 1 milione di euro per giugno, luglio e agosto, "ma - precisa l'assessore regionale al turismo, **Sergio Bini** - abbiamo avviato anche un monitoraggio settimanale e, in base all'andamento delle prenotazioni di italiani e stranieri, decideremo se e come effettuare ulteriori investimenti". Come nelle stagioni passate l'obiettivo è attrarre turisti stranieri, anche in virtù di una vicinanza geografica all'Austria, ma anche alla Germania. Passata l'emergenza sanitaria e aperte le porte tra Paesi, la Regione ha puntato diritto sui mercati di riferimento per il Friuli Venezia Giulia: Austria, Germania e Ungheria "e - sottolinea Bini - proprio nella campagna di comunicazione offline (su carta stampata e speciali) ci si è concentrati su testate austriache e tedesche. Molti sforzi sono orientati anche alla parte digital. Il 1 luglio parte una



L'assessore regionale Sergio Bini

Adriatico. Con PromoTurismoFvg - aggiunge l'assessore - è stata anche organizzata in anteprima per il pubblico di lingua tedesca una conferenza stampa online, che ha permesso di far passare un messaggio di accoglienza e rassicurazione per i turisti affezionati e fidelizzati di Austria e Germania". E qui va precisato che il Fvg è stata la prima regione a promuovere il format della conferenza stampa online per presentare la stagione turistica. "È importante trasmettere messaggi chiari e in grado di tranquillizzare i turisti - dice Bini - all'estero l'Italia viene percepita come Paese a rischio, dunque la necessità di sicurezza e rassicurazione dell'utente risulta prioritaria". Se in spiaggia gli ombrelloni sono quasi tutti prenotati e c'è voglia di mare, l'emergenza Coronavirus ha messo in difficoltà le belle montagne friulane che già accusavano qualche sofferenza. Un contesto cui la regione ha scelto di dedicare particolare attenzione per un rilancio che faccia recuperare un fine stagione invernale "azzoppato" dal lock down. "La montagna gode di molta attenzione - assicura Bini - rappresenta una delle mete in cima alla lista dei desideri dei turisti, per la presenza di spazi aperti, natura, rigenerazione nel rispetto del distanziamento sociale ed è molto richiesta tra servizi, hotel, appartamenti e specifiche attività. La nostra attenzione è massima nel cercare di rinforzare l'offerta dei servizi turistici più richiesti dai visitatori (sono garantiti oltre 850 servizi sulle 10 aree) e senza lasciare angoli e territori scoperti". Compresi malghe e rifugi con il progetto Made, che unisce Tarvisio a Sappada lungo un percorso di malghe sul filo del confine e impianti a disposizione come il Lussari aperto dal 1 luglio, ma anche tutta la montagna del Fvg che ha predisposto soluzioni e offerte per accontentare tutti i turisti, tra occasione di relax, rigenerazione e attività all'aria aperta, yoga nei boschi, percorsi in bicicletta sul confine tra Italia e Austria ed escursioni. In più, da luglio è attivo il nuovo sito per rendere più rapida e fluida la presentazione della montagna da vivere 365 giorni all'anno. **Lisa Zancaner**

## NON SOLO MARE, MA ANCHE MONTAGNA CON 850 SERVIZI GARANTITI SULLE 10 AREE

campagna di promozione televisiva con spot tv su canali di Austria e Germania (sui canali del network Pro 7 / Sat 1) che ha visto collaborare le tre regioni italiane di Emilia-Romagna, Veneto e Fvg che, per la prima volta, hanno aderito a un progetto di questo tipo e alla comunicazione congiunta di un territorio riunito sotto il cappello dell'Alto Adriatico". Così la pandemia crea un'occasione, quella di cui su carta ci si spendeva da tempo: l'area dell'alto

ETICA&ECONOMIA

## COME PROPORSI SUPERANDO IL CORONAVIRUS

Chi mi conosce sa bene che uno dei miei pallini è la volontà di pensare il futuro, sforzarsi di ipotizzarlo, disegnarlo per noi e le future generazioni. Possiamo e dobbiamo fare qualcosa subito per superare questo momento. Lo sforzo da compiere è quello di attuare ogni azione utile per favorire un rilancio, ma in un'ottica di ampio respiro anche temporale. Questa è una sfida etica da coniugare contestualmente: liquidità e occupazione nell'immediato e un piano per il 2030. Lo so che qualcuno potrebbe obiettare che se non si riesce a immaginare come si giungerà alla fine dell'estate 2020 come si può ipotizzare il 2030? Eppure va fatto pena il rischio di fallire anche nell'immediato. Il governo nazionale sta proponendo una legge per la semplificazione. Ma accanto alla volontà di semplificare è indispensabile emanare i nuovi provvedimenti in un'ottica di sburocratizzazione. Ad esempio il bonus vacanze non è affatto semplice né tantomeno semplificato e scoraggia chi lo volesse richiedere. Perché non favorire direttamente la concessione di fondi agli operatori con l'unica condizione tendente a garantire occupazione? Magari chi riceveva questi fondi statali poteva dover applicare degli sconti o mantenere gli stessi listini del 2019 così da permettere ai turisti di scegliere delle situazioni perché più convenienti. Un'altra idea poteva essere quella di intervenire in tempo reale sulla leva fiscale abbattendo gli oneri dovuti per la stagione 2020. E ancora: il pubblico potrebbe, forse dovrebbe, attuare un'azione promozionale capillare mirata e d'assieme. Friuli Venezia Giulia, Veneto e Trentino Alto Adige possono a ragione proporsi (perché non farlo insieme) eticamente affermando di aver ridotto il Covid 19 quasi allo zero in virtù di una gestione oculata. La proiezione al 2030 potrebbe essere quella di concretizzare un piano regolatore del turismo del Nordest. In quest'area si raggiungono rapidamente località meravigliose al mare e ai monti. Venezia e Trieste non abbisognano di presentazioni, al pari di Verona, ma Lignano, Tarvisio, Cortina d'Ampezzo, la Val Pusteria, le montagne trentine, Jesolo, Grado, e l'elenco è molto lungo davvero, sono mete di livello eccellente nel mondo. La terza corsia della A4 sarà un valore aggiunto, ma in un mondo dove la comunicazione corre veloce anche i trasporti devono risultare all'altezza: su strada, ma anche a livello ferroviario e aereo. Puntiamo su tutto questo oltre che sull'innovazione tecnologica a 360 gradi. In tutto questo un sussulto d'orgoglio e giustizia deve giungere anche dall'Europa. Servono contribuzioni a fondo perduto lasciando dietro le spalle il retaggio della crisi del 2008 e ogni pregiudizio. Girare le spalle all'Italia da parte dell'Europa oggi sarebbe un atteggiamento inconcepibile e inaccettabile. **Daniele Damele**



"SARÀ LA STAGIONE DEL TURISTA AFFEZIONATO"

## SI CERCA DI RECUPERARE 900 MILA ARRIVI

PROMOTURISMO PUNTA TUTTO SUI MESSAGGI DI ACCOGLIENZA E SULLA CAMPAGNA "FVG, A BRACCIA APERTE"

È iniziata l'estate dell'era Coronavirus, un'estate nuova anche per gli operatori. "Non sarà la stagione del turista esploratore, ma quella del turista affezionato - è la previsione di **Lucio Gomiero**, direttore generale di PromoturismoFvg - . Sarà una stagione alla ricerca di spazi aperti e di luoghi nei quali rigenerarsi e ricaricarsi. Stiamo mettendo in atto azioni concrete per consolidare il flusso dei cittadini residenti che nel 2019

"CI CONCENTREREMO SUI TURISTI CHE POSSONO ARRIVARE IN REGIONE FACILMENTE IN AUTOMOBILE E CERCHEREMO DI INTERCETTARE I CLIENTI FEDELI"

sono rimasti in Fvg", insomma far conoscere sempre di più il territorio ai suoi residenti e offrire a tutti gli italiani che venivano in Fvg nuove occasioni ed esperienze. "Inoltre - afferma Gomiero - per noi rimane prioritario rassicurare gli stranieri, soprattutto austriaci e tedeschi che sono soliti passare le vacanze nella nostra regione convincendoli a

ritornare in Fvg, regione che ha avuto un profilo di contagio e una gestione dei casi più simile a questi Paesi che non alle altre regioni del Nord Italia. Il nostro obiettivo resta quello di recuperare circa 900mila arrivi". Arrivi che daranno una boccata d'ossigeno soprattutto al comparto degli hotel, il più penalizzato del settore, "i gestori si trovano nella

situazione di non riuscire a recuperare le vendite delle camere e alcune strutture non hanno riaperto - ammette il dg - A seguire le conseguenze più penalizzanti le subiscono i servizi turistici e la ristorazione". Ecco, allora, che per recuperare quest'anno si punta a un turismo di prossimità, sulle presenze dei cittadini del Fvg, delle regioni vicine e sui turisti affezionati e fidelizzati di Austria, Germania e Ungheria, nostri mercati di riferimento per il mare. "Sicuramente - spiega Gomiero - ci concentreremo sui turisti che possono arrivare in regione facilmente



Lucio Gomiero

in automobile e cercheremo di intercettare i clienti fedeli, quelli che vogliono ritornare in Fvg e gli "indecisi", i turisti last minute che ora non sono solo più gli italiani ma anche gli austriaci e i tedeschi che di solito prenotavano con mesi di anticipo le vacanze". Un turismo rivisto così come lo sono le formule della promozione in era post Covid "che ha significativamente ridisegnato l'impostazione con cui avevamo approcciato la stagione estiva, sia dal punto di vista dell'organizzazione di eventi e attività, sia sul fronte della comunicazione, che è stata modificata in corsa per seguire le evoluzioni sanitarie, la mobilità fra le regioni e l'apertura dei confini dal 16 giugno. In un primo momento la comunicazione si è concentrata sui social e sui canali digitali, mentre ora è iniziata la campagna sull'offline, sulla stampa locale, italiana e sui principali media dei mercati di riferimento, in primis di lingua tedesca. Le campagne sono caratterizzate da immagini in grado di passare il messaggio di rassicurazione e accoglienza per i turisti, come illustra la nostra campagna di restart "FVG, a braccia aperte", che inizia dal mare e sarà poi declinata con i diversi claim per montagna, cultura ed enogastronomia". E una parola d'ordine è la sicurezza sanitaria dimostrata ai turisti che gioca un ruolo importante sia per i turisti italiani sia per gli stranieri. E, clima permettendo, già si pensa ad allungare la stagione con un settembre all'insegna di short-break e weekend. (l.z.)



## LIGNANO HOLIDAY

# TARIFFE FLESSIBILI

Il Consorzio "Lignano Holiday" punta sulle speciali promozioni. Il presidente **Martin Manera**, riassume così le iniziative in corso: "Abbiamo al momento due attività pensate per invogliare un po' le prenotazioni: la prima è una campagna di sensibilizzazione sul fatto che, prenotando direttamente sul sito del Consorzio, c'è un'ampia disponibilità di tariffe cancellabili anche a 7 giorni, quindi estremamente flessibili. Oltre al fatto di avere tariffe più economiche, pagando una caparra si accede ad ulteriori vantaggi non solo per il 2020 ma anche per il 2021. La seconda promozione prevede invece che per soggiorni di minimo 3 notti, con prenotazione sul sito tramite l'apposito banner, si riceve un ingresso gratuito al Parco Zoo "Puntaverde".



Emanuela Masseria

## GRADO TURISMO

# GITE IN BUS E CANOA

Vengono riconfermati l'Archeobus che porta ad Aquileia per delle visite guidate all'antica città romana e alla cioccolateria, e il Bus natura in rotta verso l'isola della Cona, con il pranzo in agriturismo. La stessa località sarà raggiungibile in canoa. Verranno poi organizzati un tour delle botteghe artigiane nel centro storico di Grado e un altro alla scoperta di cinque vinoteche e osterie della cittadina. Con Promoturismo dal 3 luglio si parte invece verso Trieste e il Carso, ogni venerdì fino all'11 settembre. In programma, infine, delle attività sportive in piccoli gruppi per gli ospiti degli alberghi, i concerti di Grado Jazz e del Festival Onde mediterranee.



(e.m.)

## VISIT ZONCOLAN

# ESPERIENZE "SLOW"

La rete di imprese "Visit Zoncolan" riparte in sicurezza. Si potrà partecipare a delle degustazioni, con un itinerario dolce e uno salato abbinati a delle visite guidate alla scoperta della Carnia. Sempre improntato al cibo anche il picnic sullo Zoncolan, su prenotazione. Non mancano comunque le occasioni di movimento: in bicicletta, con gite di gruppo tra borghi, malghe e vette, ma anche con delle passeggiate e facendo trekking, a piedi o a cavallo. Ci sono poi esperienze piuttosto particolari: passare una notte sotto le stelle a Paluzza, dedicarsi a dei corsi di cucina, veder nascere l'alba in quota. Infine sono previste attività per bambini e esperienze laboratoriali. Per informazioni: [www.visitzoncolan.com](http://www.visitzoncolan.com).



(e.m.)

## TARVISIO

# EIN PROSIT E NO BORDERS

Fonda la sua offerta turistica estiva su due manifestazioni rodiate il Consorzio Tarvisio. Sono infatti in programma i concerti del No borders music festival, dal 25 luglio al 9 agosto, e Ein prosit summer edition, iniziativa che da anni propone cene esclusive nei ristoranti del comprensorio abbinate ad escursioni guidate e workshop all'aperto. Per chi soggiorna a Tarvisio e dintorni c'è anche la possibilità di usufruire di una carta vacanza che interessa alcune strutture convenzionate e che contempla attività gratuite o scontate come escursioni, attività sportive, salite al monte Lussari con la cabinovia o sul monte Canin.



(e.m.)

## SAPPADA DOLOMITI TURISMO

# ALLA SCOPERTA DELL'AVVENTURA

Nel "Consorzio Sappada Dolomiti Turismo" si potrà optare per una degustazione nel Museo della civiltà contadina, farsi guidare alla scoperta di uno dei Borghi più belli d'Italia, scoprire le virtù delle piante autoctone, partecipare a un safari fotografico o allo "Shin Rin", un percorso sensoriale nel bosco di rara bellezza. Per i più sportivi sono stati pensati itinerari in mountain o e-bike, lezioni di yoga all'aperto, arrampicate, escursioni. È possibile, inoltre, visitare l'Adventure park, tra funi, liane e ponti tibetani. Per i più creativi, si potrà imparare a creare decorazioni con quanto la natura offre. Spazio, infine, alla pesca sportiva al laghetto delle trote, nei pressi del quale sarà possibile cucinare il proprio pescato.



(e.m.)

## SAURIS ZAHRE

# TURISMO ESPERIENZIALE

La rete di imprese "Sauris Zahre" organizza principalmente attività all'aperto in collaborazione con Promoturismo FVG. Sono in programma diverse escursioni e attività olistiche come la respirazione consapevole, le tecniche di rilassamento e le meditazioni. È poi il secondo anno che l'ente promuove alcune esperienze di turismo esperienziale. Si può aderire a "Adotta un formaggio di malga" o dedicarsi all'osservazione delle stelle, dato che il cielo di Sauris è considerato uno dei più suggestivi d'Italia. In alternativa si può andare alla scoperta delle erbe officinali e dell'antica fava di Sauris. Appuntamenti che l'anno scorso hanno avuto molto successo e che vengono riproposti anche se per gruppi piuttosto contenuti.



(e.m.)

## FORNI DI SOPRA

# VISITE IN QUOTA

La Rete di imprese "Forni di Sopra - Dolomiti in tutti i sensi" ha organizzato un calendario estivo di visite guidate, finanziate da PromoturismoFVG. Sono in programma escursioni in quota, passeggiate naturalistiche a fondovalle, visite culturali all'interno del paese, attività per bambini, itinerari in mountain-bike, nordic walking e osservazioni del cielo stellato. La Rete sta poi collaborando con l'Amministrazione comunale nella realizzazione di eventi enogastronomici e con il gruppo Iceman, per offrire ai bambini del centro estivo la possibilità di partecipare alle escursioni e ad attività di educazione ambientale. Per incentivare i turisti a frequentare le strutture in quota verranno offerte promozioni e agevolazioni a chi visiterà rifugi e malghe.



(e.m.)

## SILENT ALPS ARTA

# ESCURSIONI NATURALISTICHE

Ascoltare il suono della natura per ritrovare il proprio centro. Questo è uno dei leitmotiv del Consorzio "Silent Alps" di Arta. Tante e diversificate, soprattutto, le escursioni storico-naturalistiche. Previste anche lezioni di approccio all'arrampicata su roccia e, per i più avventurosi, c'è la possibilità di sperimentare il rafting. Non mancano le degustazioni guidate, in associazione ad alcune camminate. In alcuni casi è possibile dormire in qualche rifugio. Arta rimane comunque famosa per le sue terme, con il corollario di attività che questo genere di struttura può offrire: sedute di massaggio, scrub, bagni e altre piccoli rituali mirati al relax e al benessere.



(e.m.)

## DOLOMITEMOZIONI

# IL VILLAGGIO SUGLI ALBERI

Il villaggio sugli alberi (Tree village) di Claut (PN) è una vera istituzione turistica per la Valcellina, capace di attrarre visitatori da tutta Italia e creare indotto per tutta la valle. Così riporta Renzo Grava, referente della Rete di imprese Dolomitemozioni, citando poi le tante altre attività che si possono fare tra le Dolomiti friulane. Si va dal canyoning alle arrampicate, dal nordic walking (anche in notturna) al classico trekking ma sono previste anche alcune esperienze piuttosto particolari, come il percorso Kneipp (brevi cammini nelle acque gelide per rinvigorirsi) o il nuovo Percorso avventura su roccia alle sorgenti del Cellina. Per le novità si consiglia di scaricare la app "Dolomitemozioni".



(e.m.)

QUALE FUTURO CI ASPETTA

# SOSTENIBILITÀ E DIGITALE LE NUOVE FRONTIERE



Parole chiave quali lavoro e liquidità, sicurezza, collaborazione tra pubblico e privato, responsabilità, confini aperti, protocolli e procedure coordinate, nuove tecnologie, innovazione e sostenibilità ed ospitalità sono i punti cardine dai quali ripartire

dopo la pandemia. Queste tematiche sono state al centro del webinar "Unesco Talks Europe - Cultura e Turismo sostenibile, la risposta dell'Europa per il rilancio economico", organizzato da Mirabilia Network la rete che ad oggi coinvolge Unioncamere nazionale e otto Camere di Commercio italiane tra cui la Cciaa di Pn-Ud e offre l'opportunità di un'offerta turistica integrata dei siti Unesco meno noti.

Dopo i saluti istituzionali a cura di **Angelo Tortorelli**, presidente dell'associazione Mirabilia Network, l'introduzione è passata al coordinatore **Vito Signati**. **Eduardo Santander** ha sottolineato che la ripartenza passa attraverso un turismo sostenibile, "rigenerato". Sarà quindi necessario lavorare sulla digitalizzazione del settore per contrastare la stagionalità del turismo. Per **Armando Melone** della Commissione Europea, DggWow - Strumenti finanziari "Il vero problema ora è sbloccare gli interventi in modo veloce, liberare oneri amministrativi e vi è la necessità che il denaro venga immesso velocemente nell'economia". **Arnaldo Abruzzini**, Ceo di Eurochambers, associazione delle Cciaa europee con sede a Bruxelles ha sottolineato come l'Ue sia un «luogo di strategia e non di azione, che quindi non abbia un rapporto diretto con territori ed imprese e che quindi le intermediazioni avvengano attraverso gli Stati membri e le istituzioni finanziarie». Per **Giuseppe Ferrandino**, parlamentare europeo della Commissione Trasporti e Turismo "se ci fosse stata una cabina di regia europea molti provvedimenti sarebbero stati "digeriti" in modo diverso". Maggiore coordinamento delle politiche pubbliche, approccio bottom up, processi di digitalizzazione, open data, destagionalizzazione, formazione online, bandi e piani di comunicazione mirati sono per **Claudia Guzzon** della Commissione Intermediterranea, Crpm gli elementi per una ripresa economia del turismo. Infine **Cinzia De Marzo**, Eu senior advisor Mirabilia ha sottolineato come sia necessario un cambio di paradigma. Per essere appetibili ai diversi target e innovazione sono gli elementi necessari per un modello di gestione qualificato. **Giada Marangone**

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. - Anteprema, Petrussi Foto Press e Tassotto&Max

L'INTERESSE VERSO IL VIAGGIO RESTA INALTERATO NONOSTANTE LA CRISI

## "UN'OPPORTUNITÀ PER REINVENTARSI"



LA RETE MIRABILIA PUÒ TRARNE VANTAGGIO DALL'EMERGENZA COVID.  
UN VISITATORE SU DUE È ORIENTATO A VISITARE IL PATRIMONIO CULTURALE

Il Coronavirus ha imposto nuove regole, nuove abitudini, nuovi modelli organizzativi a cui tutti devono abituarsi. Ne è certa Emma Taveri, Ceo di Destination Makers che afferma "il Coronavirus può essere una grande opportunità per reinventarsi e ridisegnare l'esperienza del viaggiatore in chiave creativa".

**Come sta cambiando la domanda delle destinazioni e quali sono le motivazioni che spingono il turista oggi a scegliere una destinazione?**

Viviamo in un mondo iperconnesso e pieno di stimoli, che ci porta ad un'evoluzione continua e veloce come esseri

umani, consumatori e viaggiatori. Rispetto al passato, diventa sempre più difficile includerci in delle categorie standard (coppia, famiglia, anziano ecc.), e secondo la strategia di marketing di Wonderful Copenhagen sarebbero ben 50 le sfumature di personalità racchiuse in ciascuno di noi. Cambiano così anche le motivazioni che ci spingono ad intraprendere un viaggio.

### CI SARÀ PIÙ ATTENZIONE PER LA SOSTENIBILITÀ, LA RICERCA DI NUOVE METE ED ESPERIENZE CREATIVE, UN VIAGGIO CHE NON SIA SOLO "VACANZA" MA ANCHE TRASFORMATIVO

L'attenzione per la sostenibilità, la ricerca di nuove mete ed esperienze creative, un viaggio che non sia solo "vacanza" ma anche trasformativo. Questi sono solo alcuni degli elementi che influenzano il processo decisionale, aspetti trasversali che una destinazione è chiamata a integrare in maniera più o meno completa a seconda delle sue caratteristiche e della sua proposta di valore. Il viaggiatore odierno ha diversi bisogni e passioni ed è su di essi che si aspetta di trovare un'offerta territoriale coerente.

#### Cosa dice la recente ricerca di TripAdvisor?

Secondo i dati raccolti da TripAdvisor, la maggior parte dei viaggiatori si sente sicura di viaggiare entro sei mesi dal termine dell'emergenza Covid-19 (97% per il viaggio domestico e 89% per il viaggio internazionale). Inoltre, ben l'82% degli intervistati ha espresso la volontà di prenotare un viaggio post Covid-19 e il 63% ha pianificato un viaggio proprio durante il lockdown. Dati che confermano l'interesse verso il viaggio, nonostante le restrizioni e la comprensibile paura di un contagio.

#### Cosa bisogna fare per intercettare questo nuovo tipo di domanda e in che modo bisogna reinventare l'offerta?

Il primo passo è analizzare il mercato e capire a che tipo di persone target vogliamo rivolgerci. Comprenderne desideri e bisogni, problemi e paure da



Emma Taveri

risolvere grazie al nostro prodotto di destinazione. Avere chiare le aspettative del turista permette di costruire un'offerta in linea con le sue aspirazioni e con i benefici che vuole trarne. La soluzione è dunque invertire il processo di design dell'esperienza: partire dal viaggiatore per valorizzare al meglio l'offerta territoriale, e non viceversa, focalizzando contestualmente l'attenzione sui punti di debolezza e su ciò che ci allontana dal mercato rispetto ai nostri competitor.

#### Il Coronavirus può essere una opportunità per le città coinvolte nel circuito Mirabilia e in che modo?

Un viaggiatore su due è mosso dall'intenzione di visitare e vivere il patrimonio culturale della destinazione che ha scelto. Per le mete del circuito Mirabilia, ed in generale per le destinazioni culturali, il Coronavirus può essere una grande opportunità per reinventarsi e ridisegnare l'esperienza del viaggiatore in chiave creativa. Soprattutto tenendo conto del fatto che la generazione dei Millennials è per il 13% più interessata delle altre generazioni alle mete culturali e che, secondo gli ultimi report, sarà anche la prima generazione a ritornare a viaggiare senza timori. Si tratta quindi di un'occasione unica per ripensare la fruizione del patrimonio culturale in ottica innovativa.

### BRUGES IN BELGIO, PATRIMONIO UNESCO, HA PUNTATO SULLA CULTURA CREATIVA CON UNA STRATEGIA DI GRANDE SUCCESSO CHE HA PORTATO LA CITTÀ AD ACCOGLIERE QUASI 9 MILIONI DI VISITATORI L'ANNO

#### Quale è la migliore strategia comunicativa per promuovere queste mete turistiche culturali?

Mi piace pensare, e in realtà diversi casi di successo lo confermano, che un buon prodotto possa essere supportato dalla comunicazione, ma non affidarsi totalmente ad essa, perché il marketing ne è parte integrante. Per esempio, la città di Bruges in Belgio, patrimonio UNESCO, ha puntato sulla cultura creativa con una strategia di grande successo che ha portato la città ad accogliere quasi 9 milioni di visitatori l'anno. Favara, in Sicilia, ha creato una nuova motivazione di visita per i creativi e gli amanti dell'arte contemporanea, rendendo la cittadina famosa a livello internazionale e un caso molto interessante per i media. In generale, una strategia di prodotto è fondamentale per intercettare il giusto target attraverso un prodotto culturale in linea con le nuove esigenze dei viaggiatori.

Davide Vicedomini

FLAVIO BURLIZZI, DIRETTORE UNIONCAMERE EUROPA

## "IL TURISMO TORNI AL CENTRO DELL'AGENDA EUROPEA"

IL 25% DELLE PERDITE NELL'ECONOMIA RIGUARDA QUESTO SETTORE  
IL RILANCIO PARTE DALLE PAROLE INNOVAZIONE E GREEN

"Il turismo per diversi anni è stato un settore "messo all'angolo" per quanto concerne le programmazioni europee poiché la maggior parte delle competenze sono in mano agli Stati membri; la Commissione Ue ha poi un limite, non avendo risorse all'infuori della programmazione pluriennale. Per queste ragioni, ci siamo trovati, con l'emergenza covid-19, di fronte a un bilancio quasi esaurito e con possibilità da parte della Commissione Ue di interventi molto limitati".

È stato questo il primo commento di **Flavio Burlizzi**, direttore Unioncamere Europa, durante il convegno in webinar di Mirabilia. "L'economia europea senza il turismo - ha continuato Burlizzi - avrebbe sentito la crisi pandemica in maniera molto minore". Ed ecco i numeri: da una valutazione fatta da DG Grow (Direzione generale per il mercato interno, l'industria, l'imprenditoria e le Pmi), il 25% delle perdite riguardano il settore turismo; si tratta di una cifra immensa. "Il turismo diventa pertanto una priorità da affrontare: il Commissario francese Thierry Breton ha deciso di fare del turismo uno dei punti di forza del suo mandato. Siamo in attesa



Flavio Burlizzi

del grande Convegno europeo dove si fisseranno un programma e le attività per il futuro. Nella programmazione dei Fondi strutturali 2021-27 la Commissione Eu ha deciso di inserire all'interno di ogni obiettivo il turismo. Questo significa che gli Stati membri saranno obbligati a programmare e a destinare risorse significa che gli Stati membri saranno obbligati a programmare e a destinare risorse concrete al turismo che diventerà una priorità nel recovery plan legato in particolare a innovazione e sostenibilità. Green, digitale e resilienza dalla crisi diventano le tre priorità di tutti i documenti della Commissione Ue riguardanti i 250 miliardi di euro. Sono risorse che non arrivano direttamente alle imprese. Sessanta Miliardi sono contenuti per esempio in un solo strumento che è una facility creata dalla Commissione Eu e che sarà attivata a fronte di piani governativi che devono essere presentati tra settembre e dicembre. L'Italia dovrà cioè presentare un piano governativo di come intende spendere queste risorse che le saranno destinate da questo recovery plan". (g.m.)

KONNER

## LIBERTÀ DI MUOVERSI CON I SUPER ELICOTTERI

«Vendiamo la Ferrari degli elicotteri». Così **Sergio Bortoluz** definisce i gioielli di tecnologia prodotti dalla sua azienda, la Konner srl. Con una ventina di dipendenti, la realtà nata nel 2002 e con sede nel polo industriale di Amaro, ha clienti in tutto il mondo, in particolare Sud America e Australia. È l'unica impresa a possedere la tecnologia progettuale e costruttiva sia del motore che dell'elicottero. Quasi tutto viene fatto internamente. La progettazione e lo sviluppo della componentistica (i fornitori per la realizzazione dei componenti sono al 90% in triveneto) così come i controlli di qualità, l'assemblaggio e il collaudo, tanto che «negli ultimi 2 anni abbiamo aumentato di quasi 2 mila metri lo spazio dedicato alla parte produttiva». Ma non



Sergio Bortoluz

solo, come ha spiegato Bortoluz «siamo i soli in Italia a costruire una turbina». Un tale concentrato di tecnologia e innovazione da portare allo sviluppo del motore più leggero che ci sia nella sua classe di potenza: 250 cavalli riuniti in circa 50kg di peso. Avanguardia che trova piena espressione anche negli elicotteri. K1 e K2 sono gli unici a disporre di motorizzazione ibrida (l'elettrico viene accoppiato a quello a turbina), sono leggerissimi, «tutti in carbonio, come le auto da corsa e le barche da competizione», e originali anche nel design. Ora nel «cassetto» c'è «una macchina nuovissima e innovativa» l'elicottero anfibo, ancora una volta «l'unico al mondo di questa taglia, al di sotto dei 3 mila kg». **Eleonora Cuberli**

BOTTEGA LAZZARA

## PIATTI IN CERAMICA PER I GRANDI CHEF

Colori vivaci e contrasti cromatici che si fanno notare. Così **Sara Delli Zotti**, titolare della Bottega di ceramica artistica Lazzara di Paluzza, ha deciso di dare un pizzico di innovazione e un tocco personale ai suoi prodotti. «Tutti pezzi fatti esclusivamente a mano. Uno a uno. Per quanto uguali (apparentemente) non sono mai identici». Una ventata di novità quella portata dalla 38enne che ha rilevato l'attività dalla zia Ester Lazzara nel 2014 e che oggi, grazie ai social, si è fatta notare anche in Europa: «Da quando ho aperto la pagina Facebook mi sono fatta conoscere molto di più, tanto che ho vari ordini anche dall'estero, come Lussemburgo e Francia», ha spiegato. E proprio nella capitale d'oltralpe una creazione di Sara è stata premiata nel 2019 durante la settimana della



Sara Delli Zotti

Cucina italiana in Francia. Un appuntamento al quale ha partecipato in coppia con lo chef Stefano Buttazoni. La loro collaborazione è cominciata due anni e mezzo fa: «Ha scelto le mie ceramiche per i suoi piatti. Insieme abbiamo studiato le forme e i colori» più adatti per valorizzare le pietanze proposte nel suo ristorante di Colle di Arba (Pn). Lo studio e la ricerca fanno evidentemente parte del dna di questa artigiana, con una ventennale esperienza alle spalle, tanto che, accanto ai decori più tipici, si pensi ai fiori, ha introdotto nella sua rivendita-laboratorio anche la collezione «Carnia 700» ispirata a delle ceramiche del XVI secolo di Cella di Ovaro, «alla quale abbino uno breve scritto che spiega quello che uno riceve o regala». (e.c.)

FRATELLI LEITA

## DALL'UTILIZZO DEL LEGNO L'ARTE DELLA MUSICA

Di mestiere fanno i cembalari. I fratelli **Leita, Alessandro e Michele**, hanno aperto il loro laboratorio (a Prato Carnico, in località Chiampeas) nel 2007. Qualche anno più tardi, nel 2015, si sono fatti conoscere per aver realizzato il primo clavicembalo «costruito con legni certificati (Pefc) e locali», ha raccontato Alessandro. Per le coperture di tastiera «abbiamo utilizzato il noce della Val Pesarina e il carpino bianco, che hanno caratteristiche meccaniche molto simili ai legni utilizzati abitualmente», come l'ebano. Una scelta fuori dagli schemi la loro, che ha fatto un po' discutere, ma fruttuosa, visto che «siamo già al terzo strumento realizzato con questa tastiera». I Leita hanno cominciato la loro attività inizialmente realizzando complementi



Alessandro e Michele Leita

d'arredo e alcuni restauri. «Poi c'è venuta questa voglia di unire la passione per il legno a quella per gli strumenti musicali». Hanno cominciato con il restauro, principalmente di pianoforti, grazie alla preziosa guida del «maestro Giovanni Canciani di Paularo, il creatore della Mozartina. Lui ci ha insegnato tutto quello che c'è da sapere sulla parte meccanica». Il passo per arrivare alla realizzazione di altri strumenti musicali è stato breve. Quando hanno deciso di intraprendere la nuova avventura sono anche «entrati a far parte di 12-to-Many», prima rete di imprese italiana della filiera foresta-legno, che lavora per promuovere tracciabilità e sostenibilità. Oggi operano sul mercato italiano e sloveno anche se puntano a quello europeo. (d.v.)

EMALAB

## IL TURISMO DIVENTA SMART GRAZIE A BIPPO

Emalab, startup pordenonese che opera nel campo della comunicazione digitale, ha lanciato sul mercato Bippo, un sistema di prossimità che rivoluziona il modo in cui il turista può fruire delle attrazioni di una località. Il sistema touchless permette infatti ad ogni città di divenire una «smart city», in totale sicurezza soprattutto in questo periodo di emergenza sanitaria. Il sistema si compone di un'app gratuita per smartphone, di dispositivi bluetooth e di un portale tramite il quale gli operatori aggiornano le informazioni da comunicare. «Sono in tanti a viaggiare senza sapere esattamente cosa fare, cosa vedere e come orientarsi - spiega il socio fondatore, **Alessio Bottos** -. Partendo da questo assioma, Bippo mette in relazione il mondo reale delle «cose» con quello digitale delle «informazioni». Grazie



a Bippo il turista non dovrà più andare alla ricerca delle informazioni, ma saranno queste a comparire direttamente sul suo smartphone: posizionati in punti strategici, i dispositivi guideranno i visitatori alla scoperta di nuovi luoghi, creando esperienze di viaggio inedite". Bippo è un piccolo dispositivo alimentato a batteria, controllato da un portale web, capace di trasmettere contenuti agli smartphone fino a 20 metri di distanza dal dispositivo. Una volta scaricata l'applicazione, sarà sufficiente essere nei pressi di un Bippo per ricevere automaticamente informazioni e scoprire «cose nuove» che accadono attorno a noi. Questa versatile app è utile anche nei negozi, nei musei, nelle località turistiche, nei ristoranti, negli hotel, alle fiere, negli aeroporti. **Rosalba Tello**

KUOKKO

## ORDINI ONLINE PER I RISTORANTI

Kuokko Srl è una app creata per gli ordini online dei ristoranti, senza commissioni. La soluzione comprende la versione web integrabile nel proprio sito, un'app per il ristorante per la gestione degli ordini e una per i fattorini che fanno le consegne; si potrà gestire in completa autonomia i contenuti della propria applicazione, utilizzando un pannello di controllo web facile ed intuitivo. «I nostri prodotti - spiega il socio fondatore **Alberto Alcini** - permettono un'interazione completa tra clienti ed esercenti attraverso internet, applicazioni, social network. Con Kuokko ogni attività mantiene la propria unicità, fidelizzando i clienti grazie a notifiche push e fidelity card". In pratica il ristorante riceve gli ordini e le prenotazioni con un avviso sonoro, stampa le comande per la cucina e associa un racer per la



consegna (collegato a SpeedyK); può poi utilizzare la messaggistica con gli utenti che hanno effettuato degli ordini e bloccare le prenotazioni, in caso di necessità. La piattaforma è sicura e protetta. Il ristoratore accede solo con gli identificativi personali, creando un account per i collaboratori con i permessi che riterrà più opportuni. Gli ordini online per asporto arrivano direttamente nel pannello di controllo del ristorante e nella sua App Ristorante; se è strutturato per le consegne, si ricevono anche gli ordini delivery gestibili come quelli takeaway, ma con in più la possibilità di utilizzare il servizio Speedy-K per i racers. Per ogni ordine, e in base alle impostazioni, i clienti potranno accumulare punti ed usufruire di eventuali premi o codici sconto. (r.t.)

VITINERA

## PIATTAFORMA PER IL VITIVINICOLO

Offrono servizi di consulenza e lo sviluppo di una piattaforma cloud-native e di algoritmi in grado di trovare il match tra domanda e offerta nel settore enoturistico. Sembra difficile, ma il servizio offerto da Vitinera Srl di Azzano Decimo, fondata da **Luca Buccino** assieme a quattro soci, è di enorme utilità, perché va a coprire un mercato che ha fame di innovazione. «Profilandole wineries da un lato e i winelovers dall'altro - informa il ceo dell'azienda Luca Buccino -, sviluppiamo algoritmi e ci avvaliamo di tecniche di artificial intelligence capaci di suggerire le visite, gli itinerari e i percorsi enoturistici più idonei per una clientela smart, desiderosa di vivere esperienze uniche. Inoltre desideriamo fornire informazioni di mercato



ai nostri clienti per lo sviluppo del loro core-business ottenuti tramite data analytics sui contatti e transazioni effettuati attraverso la piattaforma". Le cantine censite (gratuitamente) fruiscono di un gestionale che carica informazioni per il turista. La piattaforma (allo studio per essere esportata fuori confine e poi anche in Francia, in Australia e negli Usa) si preoccupa della privacy dei propri utenti, punta a soddisfarli tramite 4 pilastri: la user experience (UX), il challenging, il social e l'intelligenza artificiale. «Tramite l'Intelligenza Artificiale si punta a scoprire le caratteristiche di ogni singolo utente - spiega Buccino - per proporre le migliori esperienze su misura, dando la sensazione al winelover di essergli vicino, quasi come un consulente personale". (r.t.)

SCELTE LE FIORIERE TEBE, UNO DEGLI ARTICOLI SIMBOLO

# UNA VETRINA DI ELEGANZA



L'ARREDO DEL "GIARDINO DI CORTEN" ABBELLISCE IL CENTRO DI UDINE  
L'OPPORTUNITÀ CONCESSA GRAZIE ALLA FRUIZIONE DEGLI SPAZI ALL'APERTO

Da serramenti e porte all'arredo dei giardini fino all'arredo urbano trasformatosi in una vetrina di eleganza e charme anche a Udine. L'imprenditore **Raffaele Schneider**, nome noto nel campo dell'automazione dei cancelli, ha sposato la linea del corten, materiale caldo e pregiato ottenuto dall'ossidazione controllata dell'acciaio, in bella mostra di sé nel centro storico del capoluogo friulano che gradualmente cerca di risollevarsi dopo la dura fase del lockdown. "Siamo stati i primi - racconta Schneider - a portare il Corten nei giardini e poi a proporli per l'arredo urbano". In questo modo l'outdoor viene personalizzato arricchendo il contesto con arredi e accessori dal design accattivante. Ed è così che il Giardino di Corten è diventato parte integrante dello spazio udinese, grazie alle opportunità concesse dalle Istituzioni locali agli esercenti di occupare un'area maggiore antistante i locali. L'obiettivo, in tempo di Covid, è quello di fruire il più possibile di spazi di convivialità e socialità all'aperto, nel rispetto di tutte le norme in vigore per contenere la trasmissione del virus.

Per delimitare il perimetro di questi nuovi dehors, in Largo del Pecile, Via Sarpi, via Valvason, via Grazzano, via Mercatovecchio e altre zone ancora, sono state scelte le fioriere Tebe, uno degli articoli-simbolo de Il Giardino di Corten. Il risultato? Allestimenti raffinati e all'insegna della filosofia green: si possono ammirare infatti le piacevoli oasi verdi intrecciate con piante e fiori e apprezzare il materiale, color cuoio, totalmente riciclabile e, fra l'altro, reso durevole dall'azienda Schneider grazie ad uno speciale trattamento con cera d'api; inoltre le fioriere sono



dotate di un sistema interno per immagazzinare l'acqua piovana con rilascio graduale senza ristagni.

"Abbiamo fornito i locali di queste fioriere che fungono da contenimento degli spazi, dunque anche con una funzione di maggiore sicurezza: il materiale - spiega Schneider - si abbina a qualsiasi pavimentazione e contribuisce a infondere un tocco di bellezza ai locali, esaltando le sensazioni tattili". Il design contemporaneo abbellisce così bar, ristoranti e caffè e contestualmente adorna il cuore pulsante di Udine. La formula utilizzata è il noleggio per sei mesi, prorogabili, proprio per venire incontro alle esigenze dei commercianti già duramente provati dalle chiusure forzate.

I vasi Clori e Tebe, i Cuori, le fontane Teti, gli elementi calpestabili Sassopasso nei loro diversi formati, il tavolo Efeso e la panca Venere sono accomunati da un design essenziale, giocato su volumi semplici e forme familiari. Questo sistema di fioriere è stato scelto dalla fioreria Angels Home - che ha curato personalmente tutti gli allestimenti - per le linee regolari e semplici delle tre versioni rettangolare, angolare e a "U" rovesciata che permettono composizioni sempre diverse. Fra le novità che potranno essere introdotte anche a Udine, e già ampiamente apprezzate e utilizzate all'estero, ecco le rastrelliere per le biciclette e i contenitori per i rifiuti in corten. Udine si candida così a diventare un giardino green ecosostenibile con un'identità inconfondibile.

Irene Giurovich



AL 24° PREMIO MEDIASTARS

## EMPORIO ADV DOPPIA VITTORIA

PRIMO CLASSIFICATO PER IL PACKAGING VINO MONVIERT  
E "SPECIAL STAR" PER LA CAMPAGNA RADIO WÜRTH MODYF

Emporio ADV fa il bis con una doppia vittoria al premio nazionale Mediastars, da oltre vent'anni riservato alla pubblicità. L'agenzia di comunicazione e consulenza strategica di Udine fondata da **Enrico Accettola**, in concorso con progetti legati alla comunicazione radiofonica e a quella visiva attraverso il packaging, aggiunge così al medagliere due nuovi riconoscimenti.

«Una delle nostre anime, come brand & business builders - commenta **Enrico De Giorgio**, Direttore Clienti di Emporio ADV - è la comunicazione di marca. Raccontare al primo sguardo, o al primo ascolto, l'essenza di un marchio è una sfida che affrontiamo con la volontà di innovare e dare valore aggiunto».

La campagna radiofonica italiana "Inno alla qualità" sviluppata per il gruppo internazionale Würth Modyf, specialista nel settore dell'abbigliamento professionale e delle scarpe antinfortunistiche, si è aggiudicata la Special Star per il Soundtrack: a colpire la giuria un'originale riedizione della Marcia di Radetzky di Johann Strauss



Enrico De Giorgio  
(direttore clienti)



senior, che tutti conoscono come marcia di chiusura del concerto di Capodanno di Vienna. «Il brano - spiega l'ideatore della reinterpretazione in chiave creativa Luca Venica, copywriter di Emporio ADV - nello spot è composto da suoni riconducibili al mondo professionale di Würth Modyf, raccontando musicalmente la qualità propria del brand tedesco. Con tono incalzante e coinvolgente, la colonna sonora accompagna l'ascoltatore, in trenta secondi, alla scoperta di Würth Modyf con familiarità, vicinanza e positività». Alla 24° edizione del premio Mediastars Emporio ADV è prima classificata anche per il Packaging Design nella categoria Food Pack primario e scatola esterna. Il progetto premiato è la confezione creata per ospitare i vini friulani Monviert, che presenta in modo differenziante un nuovo brand basato sui valori di famiglia, tradizione e amore per il proprio territorio. La connessione con il mondo contadino e della natura si rispecchia nella scelta del materiale, il cartone havana utilizzato normalmente in imballi tradizionali. La qualità del vino si riflette nell'eleganza non ostentata della struttura e nell'applicazione della visual identity. Un materiale semplice è stato trasformato così in un imballo elegante e fungibile come pacco regalo.

AIPEM

## L'ALGORITMO DI SOLUZIONI DIGITALI

"L'epidemia di Covid-19 ci ha fatti piombare in una grande crisi. Eppure possiamo già scorgere gli albori di una nuova economia. Per l'impresa industriale questo è il momento giusto per affrontare il salto innovativo che ha sempre rinviato. La strada è la connessione digitale con clienti e mercati. La tecnica è far viaggiare le idee e le proposte, non le persone".

Lo afferma **Paolo Molinaro**, Ceo di Aipem, presentando la soluzione che il team dell'agenzia udinese ha realizzato nel corso delle settimane di lockdown rivolta a far ripartire il business delle piccole e medie imprese.

"Il nostro tessuto economico - specifica Molinaro - ha la fortuna di essere caratterizzato da aziende che hanno sempre dimostrato grande iniziativa e valori radicati. Però anche importanti carenze sull'utilizzo delle tecnologie digitali: per esempio prima del Covid-19 solo il 12% di esse utilizzava l'on line per vendere. Per questo Smart Expo, l'algoritmo di soluzioni digitali nato dalla nostra esperienza pluridecennale nel digitale e nella creatività che noi definiamo il nostro know-wow, si configura come la soluzione per accompagnarle nella nuova economia nata dal Corona virus".

PAOLO MOLINARO: "SI INTRAVEDE L'ALBA DI UNA NUOVA EPOCA ECONOMICA. LE IMPRESE FACCIANO VIAGGIARE LE IDEE E LE PROPOSTE, NON LE PERSONE".

Smart Expo, la piattaforma di strumenti e soluzioni realizzata da Aipem, è una serie articolata di strumenti e strategie che, fra l'altro, comprende il marketing automation, la realtà aumentata, i video in 3D, virtual showroom, configuratori. Tra le soluzioni più caratterizzanti vi è la possibilità di ricreare eventi, fiere, manifestazioni digitali, ma con la partecipazione attiva dei vari attori coinvolti, integrando anche la possibilità di operare scambi e vendite.

"È il miglior commerciale che un'azienda possa adottare: strutturato, organizzato, personalizzabile, attivo a 360 gradi per 365 giorni l'anno" commenta Paolo Molinaro.

"Crediamo molto nel nostro algoritmo - continua il Ceo di Aipem - e lo abbiamo sottolineato nella recente campagna pubblicitaria rivolta alle imprese realizzata mettendoci la faccia: il tempo che viviamo esige di scendere in campo in prima persona, di assumersi la responsabilità delle proprie azioni, di mettersi in gioco tutti assieme".

Bisogna guardare a questa fase storica anche come ad un momento propizio, sottolinea il Ceo di Aipem, prendendo da subito le misure necessarie: "nel corso del lockdown il ricorso al digitale da parte di tutti è cresciuto del +81% e sarà difficile tornare indietro. Il digitale funziona, permette di arrivare dove prima non era possibile, è veloce ed è efficace".

Per questo, grazie a Smart Expo, le aziende potranno entrare in possesso di competenze e conoscenze che le potranno metteranno in grado di avviare e sviluppare relazioni commerciali in ogni Paese del mondo, con azioni mirate d'investimento sui social media della nazione interessata.

Smart Expo va nella direzione verso la quale ogni azienda dovrà necessariamente orientarsi: possedere una piattaforma di new business digitale, intelligente e interattiva che sappia seguire le accelerazioni commerciali in alto.



Paolo Molinaro

IL NUOVO PIAZZALE OSPITERÀ 45 CAMION

# TRASPORTO SECOLARE



D'AGARO: "ABBIAMO AFFRONTATO IL COVID CON LA DIVERSIFICAZIONE DI PRODOTTI".  
AD AGOSTO IL TAGLIO DEL NASTRO DELLA NUOVA SEDE NEL CARNIA PARK DI AMARO

Novantacinque anni d'attività e nelle proprie pagine di storia ora ci sarà anche l'attraversamento quasi indenni della pandemia da Covid-19. In ogni caso senza cassa integrazione per i 50 dipendenti e con i camion che hanno continuato a macinare chilometri.

È con questa forza che D'Agaro Trasporti, quartier generale ad Amaro e raggio d'azione in tutta Italia, con estensioni in Francia, Germania e Austria, guarda ai prossimi mesi dominati dall'incertezza. «È il sentiment predominante e trasversale a ogni ambiente - ammette l'amministratore unico, **Angelo D'Agaro**, analizzando l'avvio della Fase 2 -. Tuttavia, occorre aver fiducia nei protocolli di sicurezza anti Covid-19 che tutti hanno attuato e nelle proprie peculiarità imprenditoriali».

D'Agaro questa fiducia in sé la costruita non solo di generazioni in generazione, ma anche con la capacità di scelte strategiche, quelle che hanno consentito di reggere all'urto arrivato nel 2020. «Ogni crisi è un'opportunità ma anche un'occasione di analisi e ragionamenti - spiega l'imprenditore -. Durante la grande crisi scoppiata nel 2008-2009

abbiamo deciso che, visti gli scenari, era importante differenziare sia le tipologie di materiali trasportati che le committenze, anche rischiando di fare scelte che parevano poco convenienti nell'immediato. La storia degli anni seguenti, però, ci ha dato ragione».

D'Agaro oggi ha già in azienda la quinta generazione e ad agosto

**RAGGIO D'AZIONE IN TUTTA ITALIA,  
CON ESTENSIONI IN FRANCIA,  
GERMANIA E AUSTRIA**

inaugurerà la nuova sede nel Carnia Industrial Park di Amaro, dove ci sono i piazzali per far stazionare un parco da 45 camion. Oltre ad occuparsi del trasporto di legname, marmo, carta, acqua, negli ultimi anni ha ampliato la propria attività entrando in modo significativo nel settore alimentare. Affidabilità, puntualità, mezzi moderni costituiscono



il valore aggiunto di un'azienda che da tre anni ha aggiunto ai propri asset l'iscrizione nell'elenco dei soggetti autorizzati al trasporto di rifiuti speciali. Un ulteriore fattore di competitività e di selezione nel settore.



LE FONTI  
AWARDS  
WINNER 2020

**"RITENIAMO CHE QUESTO  
RICONOSCIMENTO SINTETIZZI  
L'IMPEGNO DI TUTTI I SOCI E  
COLLABORATORI NELL'ASSISTERE  
I NOSTRI CLIENTI NELLE FASI  
DI CRESCITA E IN QUELLE DI  
DIFFICOLTÀ"**

RICONOSCIUTO IL GRANDE LAVORO DI SQUADRA

## STUDIO PROFESSIONALE DELL'ANNO

FCB ASSOCIATI È RISULTATO VINCITORE DEL PREMIO LE FONTI AWARDS  
UN TEAM IN GRADO DI OFFRIRE SOLUZIONI E CONSULENZE INTEGRATE

Il 3 giugno 2020, in diretta televisiva, è stato assegnato allo Studio Fantini Cosatti Braidotti & Associati di Udine il premio Le Fonti Awards®, importante riconoscimento nazionale per gli Studi Professionali.

FCB Associati si è aggiudicato il premio di "Studio Professionale dell'Anno - Diritto Societario" con la motivazione: "Per l'accentuata competenza e professionalità che consentono all'intero Studio, tramite la cooperazione e il lavoro di squadra, di valorizzare e far emergere anche le spiccate eccellenze dei singoli, ognuno nei propri ambiti e per mettere a disposizione del cliente un team in grado di offrire soluzioni e consulenze integrate".

I soci dello Studio Fantini Cosatti Braidotti & Associati hanno dichiarato: "Abbiamo ricevuto questo premio con grande orgoglio. Riteniamo che questo riconoscimento bene sintetizzi l'impegno di tutti i soci e collaboratori nell'assistere i nostri clienti sia nelle fasi di crescita ed espansione così come nei più difficili momenti di riorganizzazione e ristrutturazione degli assetti aziendali e societari."

La serata delle premiazioni avrebbe dovuto tenersi lo scorso 5 marzo a Milano presso Borsa Italiana ma, a causa del Covid, l'evento è stato celebrato tramite una diretta streaming su Le Fonti TV, nel corso della

quale sono stati premiati i vincitori.

Il premio del network editoriale e televisivo Le Fonti® è destinato alle eccellenze professionali e imprenditoriali italiane e rappresenta una delle più importanti manifestazioni in Italia. I finalisti vengono selezionati sulla base di molteplici criteri di valutazione. Una volta individuati i finalisti, un comitato scientifico - composto da esperti del settore accademico, finanziario, imprenditoriale e legale - seleziona i vincitori. Le Fonti Awards Italy fa parte dei premi internazionali Le Fonti Awards che godono di un'importante esposizione mediatica a livello globale presso le comunità di investitori ove il premio è presente, tra cui New York, Hong Kong, Dubai, Singapore, Londra.

A margine del Premio, lo Studio Fantini Cosatti Braidotti & Associati è stato invitato a prendere parte al Ceo Summit in programmazione nel prossimo mese di luglio. Si tratta di un'ulteriore riconoscimento che consentirà di partecipare ad un evento globale di elevato standing e networking profilato che prevede una tavola rotonda tra Ceo, Top Executive, finalisti e vincitori del Premio sul tema «Restart economy: Focus su appalti e Real estate». Allo Studio spetterà il compito di affrontare il delicato tema della rivisitazione dei Piani Industriali nell'attuale contesto emergenziale.

LA CASETTA DEL FIORE

## COMPOSIZIONI FLOREALI CON UN TOCCO DI CORTESIA

UN SERVIZIO ESSENZIALE A PORCIA.  
SEMPRE DISPONIBILI ANCHE A EFFETTUARE CONSEGNE E COMMISSIONI

Da vent'anni il servizio di fioreria per chi fa visita ai propri cari. E per chi è anziano e ha difficoltà a spostarsi, l'attività offre da molti anni la possibilità di ordinare i fiori al telefono e la disposizione della composizione floreale direttamente sulla lapide del proprio caro. La "Casetta del fiore", a Porcia, rappresenta un punto di riferimento per i frequentatori del cimitero, ma anche per chi desidera acquistare un mazzo di fiori servito da personale gentile e cortese. Maria Giovanna De Biasio, la titolare, ha deciso di portare avanti l'attività avviata dalla madre accanto al cimitero di Porcia, che si è sempre voluta distinguere con un tocco di originalità: a differenza degli altri chioschi dei fiori che si è soliti notare all'esterno dei cimiteri, quest'attività è ospitata

all'interno di una casetta in legno che ricorda le baite di montagna. «Lo avevamo pensato come chalet dei fiori quando abbiamo aperto - spiega la titolare -, per dare un tocco grazioso a un piccolo negozio di fiori che viene frequentato da chi va a fare visita ai propri cari in cimitero. Vendiamo fiori di tutti i tipi - prosegue ancora la commerciante - e abbiamo voluto distinguerci per il servizio che offriamo ai nostri clienti: molte volte, magari le persone più anziane, mi chiamano e mi chiedono la cortesia di portare direttamente infiori in cimitero e noi siamo sempre disponibili a effettuare consegne e commissioni». Un settore, quello dei fiori, che quest'anno ha conosciuto una pesante crisi anche per la mancanza e l'annullamento di ricevimenti e feste,



che rappresentano un buon introito per un settore che, d'estate, tende ad andare in sofferenza. «Sono stati mesi duri - racconta la fiorista -, tra la chiusura totale dei negozi e il commercio che è ripartito molto lentamente. Ora sta andando un po' meglio - rileva la commerciante -, ma comunque si fa fatica. Fortunatamente possiamo sempre contare sulla nostra clientela più affezionata - conclude Maria Giovanna - e anche sul servizio e la cortesia che offriamo, in grado di fare sempre la differenza nel mondo del commercio». **Giulia Zanello**

FRANCESCA VERARDO

## VASI POLIEDRICI PREMIATI ALL'EXPO

Linee pulite, design essenziale, grande attenzione a materiali e finiture. È ciò che contraddistingue le collezioni di **Francesca Verardo**, artista della ceramica che dal 2013 ha aperto un suo laboratorio a Zoppola (oggi temporaneamente spostato a Tamai di Brugnera).

Oggetti di home decor e gioielli contemporanei creati per trovare l'equilibrio migliore tra rigore progettuale e libertà decorativa. Una produzione artigianale dalle infinite sfaccettature e dalle molteplici declinazioni, esaltate dall'esclusività e dall'originalità della lavorazione a mano. "Il lockdown ha creato dei problemi anche alla mia attività, facendo saltare alcune collaborazioni con aziende impegnate al Salone del Mobile e con alcuni negozi - racconta Verardo -, ma adesso, per fortuna, siamo ripartiti ritornando lentamente alla normalità".

Affascinata da un materiale come la ceramica, che racchiude una conoscenza evolutasi nel corso dei secoli, Verardo, con le sue creazioni, cerca di rappresentare gli aspetti formali e decorativi della contemporaneità. Oggetti mai banali, con i quali disegna e sperimenta forme legate al cerchio, al quadrato e alla linea.

La sua formazione da architetto (si è laureata a Venezia nel 2011) la portano al lancio dei vasi poliedrici, caratterizzati da una forma scultorea irregolare poligonale ma attentamente bilanciata, sviluppata per colaggio sia in ceramica che in gres, a seconda delle diverse finiture di colore e superficie. L'idea di base è quella di un vaso fatto di molti vasi, che appaiono sempre diversi a seconda del lato in cui sono posizionati e del punto di osservazione.

La superficie esterna viene accuratamente graffiata e poi levigata, mentre quella interna è smaltata secondo diverse gradazioni di colore. Una collezione presentata a Expo Milano nel 2015, che ha valso a Verardo il premio "Maurizio Lucchetta" come azienda che meglio ha rappresentato l'artigianato pordenonese in Fvg.

Tra le ultime "creature" di Verardo, ci sono i vasi "Le Torri", declinazione in verticale della precedente collezione de "I Flessi". Oggetti che richiedono non solo una grande manualità, ma anche precisione nel rispetto delle fasi di lavorazione e pazienza. "Non si possono accelerare i tempi, tutto deve essere fatto in un certo modo per evitare brutte sorprese. Gestisco tutto il processo, dal disegno alla preparazione dell'impasto, dalle finiture all'essiccazione. Sono necessari diversi giorni di lavoro". Ceramica ma non solo. Verardo utilizza anche la porcellana, combinata con la lucentezza di metalli preziosi quali oro e platino, finemente dipinti a mano e cotti a terzo fuoco.

Alessandro Cesare



INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

# GALLERIA DI SUCCESSI



FAMA PROGETTA E PRODUCE RIVESTIMENTI PER I TUNNEL IDEALI PER IL PASSAGGIO DI METROPOLITANE E TRENI AD ALTA VELOCITÀ

Attraversando un tunnel in auto o correndo da una parte all'altra di una città in metropolitana, forse l'attenzione non si ferma su quelle sigillature e connessioni tra i segmenti per il rivestimento delle gallerie scavate con il sistema meccanizzato, eppure fondamentali per la tenuta complessiva del manufatto.

Eppure proprio dietro a quelle sigillature in Friuli Venezia Giulia c'è un'azienda dalle conoscenze e dalle tecnologie riconosciute a livello mondiale: è la Fama di Zoppola, che ha conquistato la leadership internazionale nel settore con prodotti innovativi e ad alta prestazione e affidabilità. Ulteriore punto di forza indiscusso è il servizio di supporto tecnico nella sigillatura dei tunnel.

Un'azienda orgogliosa di offrire opportunità di crescita e occupazione alle persone contribuendo contemporaneamente al rispetto ambientale e favorendo il rafforzamento di un'economia sostenibile. I tunnel, infatti, sono opere ad alto contenuto ambientale. Le metropolitane decongestionano il traffico in città; i treni ad alta velocità, attraversando le montagne, consentono una mobilità green di persone e merci. I tunnel idraulici, poi, portano acqua pulita alle persone e consentono la produzione di energia rinnovabile; trasportano acque reflue ai sistemi di depurazione riducendo l'inquinamento della terra e del mare.

«Le collaborazioni scientifiche sono alla base dell'evoluzione tecnica dei prodotti Fama - spiega il presidente e amministratore **Gustavo Bomben** - con studi condotti con le maggiori Università ed enti di ricerca Italiani e stranieri per lo sviluppo dei prodotti e la conduzione dei test di qualificazione. Questa competenza - prosegue - ha portato l'azienda a operare in prestigiosi progetti in gran parte dei paesi del mondo e con le maggiori società di costruzione. Queste hanno riposto la loro fiducia in Fama le soluzioni offerte nel campo della sigillatura del tunnel che rappresenta un tema fondamentale e strategico per la riuscita dell'opera».

Per il suo core business l'azienda è naturalmente attenta ai temi relativi alla sostenibilità ambientale, tanto da aver messo in atto strategie concrete in questa direzione: produce l'energia elettrica da pannelli fotovoltaici, utilizza impianti per il riciclo dell'acqua di raffreddamento dei macchinari, senza utilizzare l'acqua di falda.



«La particolare situazione vissuta negli ultimi mesi - considera Bomben in conclusione - ha dato l'opportunità all'azienda di mettere in atto nuove strategie per aumentare, ancora e con maggior vigore, la propria competitività. Abbiamo consolidato la nostra presenza commerciale in nuovi paesi ritenuti strategici, rafforzato le azioni che già avevamo messo in atto e abbiamo dato nuovo impulso alla riorganizzazione aziendale dal punto di vista gestionale e del controllo dei flussi finanziari».

Antonella Lanfrit

SERVIZI EDUCATIVI A DISTANZA

## LA VIDEOTECA CHE ABBATTE LE BARRIERE

LA COOPERATIVA IL GIGLIO DI PORCIA HA IDEATO UNA SOLUZIONE INFORMATICA PER GARANTIRE UN SERVIZIO ALLE PERSONE CON DISABILITÀ

Una soluzione informatica nata per fronteggiare l'emergenza Covid-19 ma che sarà utile anche in futuro per fornire servizi socio-educativi a distanza: la cooperativa Il Giglio di Porcia, associata a Confcooperative Pordenone, ha ideato il progetto "G Share: Il Giglio On Demand", per garantire un servizio innovativo alle persone con disabilità e supportare le loro famiglie, abbattendo ogni tipo di barriera geografica. Fin da metà marzo i responsabili del centro hanno messo in atto chiamate telefoniche, videochiamate, nonché un gruppo WhatsApp in cui gli utenti dei centri gestiti da Il Giglio e gli operatori possono chattare, non lasciando nessuno da solo, ma ora l'offerta ha anche un vero e proprio strumento digitale strutturato. "Si tratta - spiega **Mattia Galli** responsabile dell'area strategica della cooperativa - di una videoteca on demand ad hoc per le persone con disabilità dove vengono caricati vari video istruttivi e tutorial realizzati dai nostri professionisti, talvolta con l'ausilio di alcuni utenti in carico ai nostri servizi tramite convenzioni con l'Azienda Sanitaria Friuli Occidentale, i quali condividono il know-how acquisito in aula e sul campo, così da permettere ai familiari di avere a disposizione tutte le informazioni necessarie per poter gestire al meglio i propri cari quando sono a casa".

GShare è suddiviso in 5 aree tematiche che sono 5: Cura di Sé; Cura di Ambienti ed Oggetti Personali; Affettivo-Relazionale; Motoria; Operativo-Espressiva. C'è inoltre l'area speciale, per questa fase emergenziale, incentrata sulla Prevenzione da Covid-19. Per fare qualche esempio: ci sono video che supportano nelle attività di



tutti i giorni, come prepararsi un caffè o un panino, video dedicati ai laboratori manuali espressivi, tutorial su come farsi un trucco perfetto e molti altri.

"La videoteca - aggiunge Galli - verrà costantemente aggiornata con nuovi video e tutorial all'indirizzo web [www.ilgiglioporcia.it](http://www.ilgiglioporcia.it)".

"Si tratta di strumenti - sottolinea **Luigi Piccoli**, presidente di Confcooperative Pordenone - che potranno essere utili anche in futuro e che, grazie alla condivisione tra le nostre associate e all'operazione Solidarietà cooperativa che abbiamo avviato per rispondere alla crisi, potranno generare nuove forme di cooperazione a servizio delle comunità".

GIOVANI IMPRENDITORI / UDINE

## IL MANAGER DELLA MUSICA

Da musicista a manager del settore musicale. Parliamo di **Federico Mansutti**, giovane presidente della società cooperativa Simularte di Udine ([www.simularte.it](http://www.simularte.it)).

Con la musica nel dna, dopo gli studi superiori, Federico si diploma al conservatorio Tomadini di Udine e matura diverse esperienze musicali in Italia sul palco, come per esempio in tournée con Marco Mengoni, o sotto i riflettori televisivi, come il programma Amici di Maria De Filippi. Ma anche all'estero, a Bruxelles, dove ha vissuto per un anno e mezzo.

Ben presto però decide di passare all'organizzazione e gestione del mondo musicale, intraprendendo il Master in Media Entertainment Business (Major Music) presso la LUISS Business School di Roma.



Federico Mansutti

"Come team lavoravamo già insieme da oltre un anno. Il 18 ottobre 2018 abbiamo costituito la società cooperativa Simularte".

Il progetto si è concretizzato anche grazie alla vittoria del bando Coopup Udine, cofinanziato dalla CCAA di Pordenone-Udine.

**E di cosa si occupa principalmente questa giovane realtà imprenditoriale?**

"Ci occupiamo di organizzazione di eventi per enti pubblici e privati - spiega - ma seguiamo anche progetti propri, con percorsi di alta formazione musicale nati per permettere uno scambio culturale tra studenti di musica di tutto il mondo". Vengono seguiti quindi giovani artisti locali per sviluppare i loro progetti discografici e artistici,

con l'obiettivo di formare in loro una mentalità manageriale e di autoimprenditorialità culturale.

**Quali sono state le sfide iniziali da affrontare?**

"All'inizio abbiamo dovuto affrontare l'impatto con la burocrazia che comporta l'avvio di un'impresa. Ma dal punto di vista del network eravamo già inseriti in un contesto che ci ha permesso di svolgere l'attività fin da subito".

**Come ha colpito l'epidemia il vostro lavoro?**

"L'attività della musica dal vivo si è interrotta, ma è continuata tutta l'attività digitale". In particolare, è in lavorazione un importante progetto in ambito digitale, che è in fase di testing. Ora possono finalmente riprendere anche le attività musicali dal vivo. A breve, infatti, si svolgeranno il festival More than Jazz e il progetto Music System Italy, le nuove rassegne di concerti organizzate da Simularte, che porteranno nel capoluogo friulano dal 9 luglio al 27 agosto, molti eventi musicali in piazza Libertà, a ingresso gratuito, nel rispetto di tutte le norme di sicurezza. Per prenotare i propri posti, visitare il sito ([www.simularte.it](http://www.simularte.it)) o scrivere [mail.biglietteria@simularte.it](mailto:mail.biglietteria@simularte.it).

Mara Bon

**FEDERICO HA FONDATA LA SOCIETÀ COOPERATIVA SIMULARTE. IL PROGETTO SI È CONCRETIZZATO GRAZIE ALLA VITTORIA DEL BANDO COOPUP UDINE, COFINANZIATO DALLA CCAA DI PORDENONE-UDINE**

Enon ancora trentenne, fonda la società cooperativa Simularte, assieme a due nomi di grande rilievo musicale: Ermanno Basso, produttore artistico per la Cam Jazz di Roma, e Stefano Amerio, titolare di Artusono Recording Studio di Cavalicco, realtà che ospita ogni anno 800 artisti provenienti da tutta Europa.

GIOVANI IMPRENDITORI / PORDENONE

## LA BOUTIQUE DELL'ELEGANZA

Per l'uomo di classe non esiste altra taglia se non il 'su misura'.

Questa la filosofia adottata dall'imprenditore **Stefano Eredi** che con cura e passione segue i clienti da oltre vent'anni nella Boutique Elegance dal nome evocativo Ulysses in corso Garibaldi a Pordenone, un luogo simbolo ormai associato alla città, non solo per gli abiti realizzati su misura.

"Negli ultimi otto anni - racconta il proprietario - ho ampliato il concetto di abito personalizzato estendendolo anche ai vestiti per uso business, non solo finalizzati alle cerimonie ed eventi", quelle cerimonie che, ahimè, il Covid-19 ha congelato, anche se non in maniera

assoluta, visto che - fa sapere Eredi - "qualcuno domanda abiti per queste occasioni, a conferma che non tutto si è fermato".

La boutique di moda in stile londinese offre nuovi servizi grazie alla creazione dell'Atelier: uno spazio collegato alla precedente attività con circa 80 metri quadrati interamente destinati a far sentire la clientela a proprio agio, proponendo non solo eventi, non appena l'emergenza post Covid lo consentirà, ma soprattutto un accompagnamento, già in alto, nel percorso di buone regole per abbinamenti come pure per creare il nodo perfetto alla cravatta o imparare a portare il papillon, ma anche per le giuste

**ULYSSES SI È AFFERMATA A PORDENONE PER L'ALTA MODA: SI TROVANO VESTITI PER LAVORO E AFFARI, CERIMONIE ED EVENTI**

combinazioni fra abiti e accessori su misura con un supporto a 360 gradi.

Obiettivo: coccolare il cliente che deve uscire da Ulysses con la convinzione di aver trovato gli abiti 'tagliati' sulla sua persona intesa sia in senso fisico sia in senso 'interiore'. Abiti che rispecchino il modo di essere della persona, in una corrispondenza fra l'io e l'agire nel mondo.

Nonostante i danni da lockdown, per assorbire i quali ci vorrà qualche stagione, secondo il pronostico dell'imprenditore ("Il fatturato perso comunque è perso"), la gente ha voglia di ritornare in negozio e dedicarsi alla propria cura, sapendo di trovare in questa

Boutique dell'eleganza tutto ciò che possa valorizzare il soggetto che, in questi spazi intimi, si sente seguito e consigliato.



Stefano Eredi

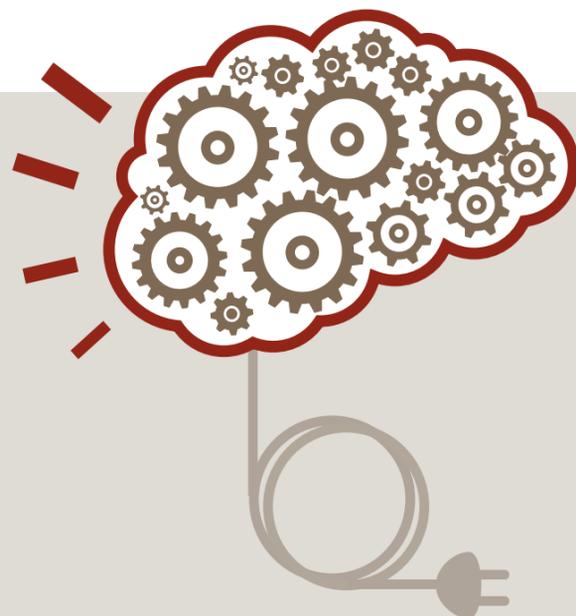
**"IL CLIENTE DEVE USCIRE DAL LABORATORIO SARTORIALE SODDISFATTO E CON LA VOGLIA DI PARLARE ATTRAVERSO CIÒ CHE INDOSSA"**

La missione di Eredi è sintetizzabile in questo claim: "Il cliente deve uscire dal laboratorio sartoriale soddisfatto e con la voglia di parlare attraverso ciò che indossa". Il negozio, che ha vestito generazioni già prima della presenza di Eredi, è il negozio per l'uomo che non conosce compromessi di stile.

Irene Giurovich

## 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](mailto:brevetti@ud.camcom.it)
- **Sede di Pordenone**  
Ufficio Regolazione del Mercato  
tel. 0434 381 247 / 258  
[regolazione.mercato@pn.camcom.it](mailto:regolazione.mercato@pn.camcom.it)

DONNE IMPRENDITRICI / UDINE

## AL GHIRIGORO LA MAGIA DEI BIMBI

Nei libri di Harry Potter, il Ghirigoro è il negozio di libri di magia. A Udine è il nome della cooperativa sociale che gestisce l'omonimo nido d'infanzia e quello della Fondazione Renati: perché ci vuole un pizzico di magia nel creare il luogo perfetto per i bambini più piccoli, quelli da 0 a 3 anni.

La cooperativa ha aperto il Ghirigoro 20 anni fa e dal 2009 gestisce il nido Renati per un totale di 6 soci lavoratori, 17 dipendenti in tutto e circa 90 bambini.

**Fabiana Dallavalle** è vicepresidente e coordinatrice didattica delle due strutture convenzionate con il Comune e dal 2019 accreditate con la Regione.

"Il Ghirigoro è nato per uno slancio ideale: valorizzare la relazione tra bambini, creare esperienze di creatività e libertà, formare alla



Fabiana Dallavalle

lettura e all'alimentazione più corretta (la cucina interna del Ghirigoro utilizza cibi biologici)."

"L'obiettivo è sviluppare autonomia e relazioni: facciamo un grande lavoro sulle emozioni, educiamo i bimbi alla parola e al racconto di quello che provano, anche grazie al supporto della pedagoga Francesca Bertoli che fa formazione continua al personale e organizza incontri dedicati ai genitori."

Il Ghirigoro ha riaperto dopo 4 mesi di chiusura per il Covid. "È un grande sforzo organizzativo ed economico: va ripensato il servizio pur garantendo ai bimbi lo stesso ambiente e le routine pre-emergenza. Gli spazi sono stati modificati secondo i

nuovi rapporti numerici educatore-bambini, stiamo facendo formazione con il medico del lavoro, forniremo il programma giornaliero dettagliato delle attività.

Purtroppo va evitato il contatto tra piccoli mentre prima era ciò che valorizzavamo maggiormente, perché più di ogni cosa sono le relazioni a sviluppare le competenze cognitive. Impareremo ancora una volta dai bambini, modellandoci sulle loro reazioni: la flessibilità nel lavoro dell'educatore è da sempre l'arma vincente.

Francesca Gatti

LA COOPERATIVA SOCIALE GESTISCE L'OMONIMO NIDO D'INFANZIA E QUELLO DELLA FONDAZIONE RENATI

DONNE IMPRENDITRICI / PORDENONE

## MELARANCIA, LA CASA DEI PIÙ PICCOLI

Nel 2021 compirà 30 anni di attività dedicati con grande impegno e dedizione ai servizi per l'infanzia. Melarancia è una cooperativa sociale nata nel 1991 che oggi gestisce tre strutture: i nidi d'infanzia a Pordenone e Maniago e la struttura 0-6 anni di Porcia per un totale di circa 150 bambini e 30 soci lavoratori.

**Giordana Panegos** è una delle socie fondatrici e presidente della cooperativa, psicologa e psicoterapeuta infantile: "Melarancia si basa su due pilastri fondamentali: semplificando potremmo dire sulle donne e sui bambini. La cooperativa, infatti, è formata interamente da donne, pedagogiste, educatrici e psicologhe, con l'obiettivo di valorizzare le loro competenze e, allo stesso tempo, fare impresa qualificata. E poi



Giordana Panegos

ovviamente ci sono i bimbi: parlare di diritti dei bambini nel '91 era quasi rivoluzionario, erano tempi in cui gli asili erano visti come mero sostegno alle donne che lavoravano. Noi invece costruiamo servizi per l'infanzia pensati sulle esigenze dei più piccoli, con l'obiettivo di far crescere una cultura in questo settore: orari più lunghi durante la giornata, aperture continuative anche in estate non rappresentano solo un supporto indispensabile alla famiglia che lavora, ma sono pensati per creare luoghi che i bimbi vivono come una seconda casa, con naturalezza e in base ai loro ritmi."

Tutte le strutture gestite da Melarancia hanno riaperto post Covid. "Nei mesi di lockdown abbiamo lavorato per stare vicino a bimbi e genitori investendo in quella che ci piace definire didattica della vicinanza. Per la riapertura, abbiamo organizzato momenti individuali per far ritrovare educatori e bambini e per farli riabituarci gradualmente all'ambiente, ridistribuito gli spazi e organizzato il triage di ingresso. Ci viene chiesto un grande cambiamento, ma chi lavora con i più piccoli è da sempre abituato a gestire la trasformazione".

(f.g.)

TRE STRUTTURE A PORDENONE, MANIAGO E PORCIA, MA UN'UNICA MISSION: FARE IMPRESA QUALIFICATA A FAVORE DELL'INFANZIA

IMPRENDITORE STRANIERO / UDINE

## FOOD ART, IL CIBO BIOLOGICO PRONTO

**Rida Akkad** è un pioniere della ristorazione mediorientale in Friuli Venezia Giulia. E così, dopo la crisi dovuta alla pandemia, il titolare dell'ormai celebre ristorante "Mille e Una Notte" di via Gemona a Udine, è ripartito di slancio con le sue attività e ne sta progettando di nuove. A cominciare dalla creazione, attraverso il suo brand "Food Art", di una linea di prodotti alimentari biologici che presto saranno distribuiti nei negozi e nei supermercati 'bio' di tutta la regione.

"Nel nostro laboratorio allestito in un immobile acquisito dalla società in via Marsala a Udine - spiega Rida - stiamo producendo cibi biologici, anche nella forma di piatti pronti, che poi metteremo in vendita nei negozi specializzati".



Rida Akkad

Tra questi, il Burgul (grano biologico), la Frika (farro verde), l'Hummus (nelle varietà alla barbabietola, menta, limone, avocado). Questa nuova attività completa il già ricco 'paniere' di ristoranti direttamente gestiti da "Mille e Una Notte" in via Gemona a Udine, al Città Fiera di Torreano di Martignacco, in viale XX Settembre a Trieste. "Self-made business man" di successo, Rida, giunto in Friuli nel 1994 dalla natia Siria, ma cittadino italiano dal 2011, ha sviluppato un'idea progettuale vincente per i dehors, iniziando con il suo ristorante 'apripista', il "Mille e Una Notte" di via Gemona. A tradurre il sogno in realtà è stata l'azienda Pratic (Fagagna) che progetta e produce pergole e tende

da sole dall'inconfondibile design italiano e con alte prestazioni. "Oggi i risultati si possono ammirare nella piazzetta antistante il palazzo Antonini Maseri, ex Banca d'Italia ed ora di proprietà dell'ateneo friulano - sottolinea Rida con soddisfazione - dove il nostro nuovo dehors è straordinariamente bello e accogliente". Tra le altre novità proposte dal titolare di "Food Art" è anche il "Wedding Catering", ossia un ricco servizio di catering per i matrimoni.

Alberto Rochira

LA NUOVA LINEA DI PRODOTTI ALIMENTARI PRESTO VERRÀ DISTRIBUITA NEI NEGOZI E NEI SUPERMERCATI 'BIO' DI TUTTA LA REGIONE

IMPRENDITORE STRANIERO / PORDENONE

## IL TEMPIO DEL RUM SI CHIAMA BARRIQUE

Arrivato in Italia nel 1994 da profugo dopo la guerra nell'ex Jugoslavia, è diventato oggi uno dei maggiori importatori e rivenditori di Rum di pregio della Repubblica Dominicana in Italia e in tutti i Paesi dell'Unione europea, compresi quelli che un tempo facevano parte della Federazione Jugoslava. È **Dragan Dekić**, serbo nato in Croazia, nella regione della Lika, tra Zara e Plitvice, 51 anni fa, e cittadino italiano dal 2014, affermato imprenditore residente dal '94 a Pordenone. In città gestisce dal 2006 con alcuni dei suoi familiari un locale molto noto, il ristorante (e pizzeria con forno a legna) "Barrique", in viale F. Martelli 41, impostosi come un piccolo, ma grande tempio della degustazione del migliore Rum in circolazione.



Dragan Dekić

"Attraverso la società Drag&Max, nata 15 anni fa e di cui oggi sono l'unico titolare, gestiamo il Barrique e siamo i concessionari in esclusiva per l'Italia di una famosa azienda dominicana - fa sapere Dragan - nonché in esclusiva per l'Europa di un altro importante produttore dello stesso Paese. In Italia e all'estero vendiamo il Rum avvalendoci di un collaboratore, architetto Sandro Sambin". Con un pizzico d'orgoglio, Dekić e Sambin elencano i numerosi premi e riconoscimenti che il suo Rum si è guadagnato negli anni, tra cui il premio "Miglior Rum da importazione" a Roma nel 2018. Oggi è possibile apprezzarlo direttamente nel locale, dove spesso queste autentiche "avventure" del gusto vengono guidate da esperti

latinoamericani. Il ristorante, arredato in stile rustico-moderno, offre 120 posti a sedere, ridotti a 60 in ottemperanza alle normative anti-Covid, 30 dei quali all'aperto in un piacevolissimo giardino. "Rispetto al pre pandemia abbiamo avuto una riduzione di fatturato ingente - annota Dragan - pari al 50%. Ancora non si vede una vera ripresa ma cerchiamo di essere ottimisti". Il segreto del successo per un imprenditore della ristorazione? "Serenità nel lavoro e qualità", risponde il titolare.

(a.r.)

NEL 2018 SI È GUADAGNATO IL PREMIO "MIGLIOR RUM DA IMPORTAZIONE". IL LIQUORE ARRIVA DALLA REPUBBLICA DOMINICANA



LA FAMIGLIA INGEGNO IN SEI ANNI HA CONQUISTATO IL PALATO DEI FRIULANI

# LA CUCINA DI NAPOLI NEL CENTRO DI UDINE

QUANDO LA PASSIONE PER I FORNELLI SUPERA LA PANDEMIA  
ALLA COMBRICCOLA DI VIA MURATTI SI MANGIA NON SOLO LA PIZZA

» MARCO BALLICO

La ripresa dopo la pandemia «ha il segno dell'entusiasmo di prima», dice **Vincenzo Ingegno**, titolare de "La Combriccola", ristorante alle porte del centro udinese, via Muratti. I coperti, causa misure anti-contagio, sono ridotti a un terzo, da oltre cento a una quarantina, ma la voglia di ripartire non manca: «Siamo un'azienda di famiglia, ci siamo trovati un po' spiazzati all'inizio, ma abbiamo contenuto un po' i danni con il take-away. E abbiamo poi riaperto appena è stato possibile». La storia del locale inizia sei anni fa: la famiglia Ingegno al completo lascia Napoli e sbarca a Udine. Con Vincenzo anche il fratello Francesco, papà Umberto e mamma Carmela. Oggi c'è pure Alessandra, la fidanzata di Francesco, impegnata in sala. La passione di Vincenzo per la cucina? «È nata guardando nonna Angela ai fornelli. Era una cuoca strepitosa, è stata un'insegnante fondamentale». Aspirante chef, con predilezione per i dolci, Vincenzo ha lavorato per due anni e mezzo in una pasticceria, mentre studiava all'alberghiero: «Non ho preso un centesimo, mi interessava solo imparare. È stata dura, ma l'esperienza mi è servita per capire i valori dei soldi e della fatica».

**VINCENZO HA GIRATO L'ITALIA. DALLA SICILIA A MODENA, DOVE È STATO ANCHE CAPO CUOCO, DA REGGIO CALABRIA A FIRENZE**

Una volta diplomato, Vincenzo ha iniziato a girare l'Italia. Dalla Sicilia a Modena, dove è stato anche capo cuoco, da Reggio Calabria a Firenze. Prima degli Ingegno, in via Muratti c'era un fruttivendolo. «"La Combriccola" l'abbiamo pensata e arredata noi. Un passo rischioso, ma bello». La cucina di Napoli a Udine. Più pesce che carne, passando per la pizza, la vera napoletana: «La si riconosce dal cornicione alto e soffice. E quando la tagli, vedi che si affloscia. Qualcuno pensa sia cruda, ma non è così. Gli ingredienti attivano dal Sud, a partire dalla mozzarella di bufala Dop, dai salumi e dai friarielli, di cui a ogni inverno faccio scorta per tutto l'anno». A "La Combriccola" (per la prenotazione 0432/21484) trovi anche il ragù a lunga cottura come protagonista con manfredi e ricotta, cannelloni, lasagne, polpette fritte. E scarpetta obbligatoria. I piatti sono accompagnati da vini friulani e campani, anche i dolci sono ovviamente di Vincenzo: pastiera, babà, tiramisù, panna cotta e una torta di nutella per i bambini.

OSTERYA PURA FOLLIA

## IL PUNTO DI RISTORO IN CITTÀ



Secondo i più, lasciare il proprio lavoro "storico" per aprire un'osteria, in un momento come questo, a 58 anni, è "Pura Follia". Ma è esattamente ciò che è successo e che ha fatto **Teresa Gallina**. Ha abbandonato l'impiego di commerciale per una ditta di complementi d'arredo per realizzare il proprio sogno nel cassetto e aprire l'Osteria di via Mantica 8, a Udine, nell'ottobre scorso. «Sono sempre stata una persona amante della convivialità - racconta Teresa -. Il contatto con il pubblico, in compagnia di un buon bicchiere, mi consente di ascoltare storie e di intrattenere rapporti con tante persone diverse, di ogni età». Infatti, pur trovandosi fisicamente di fronte alla Biblioteca Universitaria, il baretto di Teresa (30 metri quadri, ben arredati, con una decina di posti a sedere) è frequentato da un pubblico molto eterogeneo che si avvicina con piacere all'offerta di "Pura Follia". Una proposta di ristoro caratterizzata dal rispetto per l'ambiente e la valorizzazione del territorio. Qui la plastica è bandita, sia nei contenitori delle bevande che nello stovigliato. I vini (una trentina di etichette diverse provenienti da una decina di cantine delle colline friulane) sono selezionati tra quelli prodotti dai molti "artigiani" dell'enologia che affollano la nostra regione (preferiti quelli bianchi fermi). La stessa cosa vale per salumi, formaggi, acciughe, sottoli, pane... Non mancano, naturalmente, le bollicine del Prosecco e della Ribolla gialla, come pure la birra che, in questo caso, arriva dalla Germania. Teresa lavora sull'offerta fredda di spuntini, panini, tartine (niente cucina calda) caratterizzate dalla buona qualità degli ingredienti, dall'ottimo prezzo e dalla simpatia dell'accoglienza.



Teresa Gallina

Il "Pura Follia" è chiuso la domenica. Gli altri giorni apre dalle ore 10.30 alle 14.30 e dalle 17.30 alle 22.00.

Adriano Del Fabro

IL BIRRIFICIO

## BONDAI, LA BIRRA ANTI LOCKDOWN



Foto di Giulia Binutti (Obiettivo Foto)

Inaugurare in lockdown sembra un ossimoro: il birrifico Bondai di Sutrio, però, ha sfidato questo concetto. **Luca Dalla Torre**, già conosciuto a livello nazionale grazie ai successi nei concorsi per la birra fatta in casa, ha infatti lanciato ad inizio aprile la sua attività che conta ad oggi cinque birre - la Pils Beib, la Apa Point Break, la American Amber Ale Heya, la American Ipa

Listen e la double Ipa Magic Bus. Per quanto la sala mesquita sia rimasta chiusa fino a fine maggio, la partenza è stata buona: «La campagna sui social per la consegna a domicilio è stata un successo inaspettato - riferisce Dalla Torre -, tanto che ho esaurito le scorte. Il fatto di essere appena nato è stata la mia fortuna perché ho potuto adattare la produzione alle nuove esigenze, cosa più difficile per chi è già strutturato. E l'aver consegnato in tutta la Regione grazie ad un "tam tam inaugurale" su web mi ha forse dato una visibilità maggiore di una festa inaugurale a Sutrio».

La storia di Bondai, poi, è anche un esempio virtuoso di collaborazione pubblico-privato: il birrifico sorge infatti in un ex mobilificio che il Comune ha acquisito e recuperato per destinarlo alle attività locali, un intervento - a detta del birraio - fondamentale affinché il suo progetto imprenditoriale potesse concretizzarsi.

Dalla Torre è fiducioso anche sulle prospettive post-lockdown: «Da quando abbiamo aperto la frequentazione è stata buona - riferisce -, e conto adesso di intercettare i flussi turistici da e per lo Zoncolan. Certo l'effetto novità di cui ora beneficio non durerà per sempre, ma conto di continuare a crescere professionalmente e guadagnarci così la fiducia del pubblico». Il birrifico è aperto tutti i giorni eccetto il giovedì dalle 16 alle 20. Info al 347 236 7680 e info@birrificiobondai.it.

Chiara Andreola

IL PROGETTO PERMETTE DI CONTROLLARE TECNOLOGICAMENTE ACCESSI E CODE

# DOPPIO PREMIO PER IL CECONI

JUNIOR ACHIEVEMENT: MENZIONE SPECIALE PER L'ENGINEERING ALL'IDEA IMPRENDITORIALE, CHE AVEVA GIÀ OTTENUTO IL RICONOSCIMENTO IMPRESA 4.0

Il Fvg si è fatto valere anche quest'anno alla finale nazionale di Junior Achievement, che si è tenuta per la prima volta online lo scorso 5 giugno. Ben tre progetti d'impresa delle scuole udinesi erano in corsa per il premio e il Ceconi, già risultato vincitore del Premio Impresa 4.0, conferito da JA Italia e da ABB Italia, gruppo specializzato nel settore dell'energia e l'automazione, ha ricevuto in finale anche una menzione speciale "Engineering", una delle cosiddette competenze Steam richieste agli studenti e focus di questa edizione di JA. Steam aggiunge la A di Arte alle più note discipline Stem (Scienza, Tecnologia, Ingegneria, Matematica).

Il periodo di lockdown non ha fermato ragazzi, docenti e volontari d'azienda. Il Premio Impresa 4.0 mira, attraverso percorsi didattici innovativi e l'aiuto di volontari qualificati, a creare una maggiore consapevolezza sul mondo del digitale, ora più che mai imprescindibile nel panorama lavorativo contemporaneo.

Il progetto Eagle Entry è un sistema di controllo accessi rapido ed efficiente, applicabile al settore dell'organizzazione di eventi come concerti, eventi sportivi e culturali dove è indispensabile garantire sicurezza, efficienza e rapido smaltimento delle code, facendo leva sulle tecnologie digitali per offrire servizi aggiuntivi a clienti ed organizzatori. Una tecnologia che appare particolarmente utile, peraltro, in questo momento di ripartenza dopo la fase più acuta dell'emergenza sanitaria.

Gli studenti del Ceconi erano presenti in finale insieme ai "colleghi" del Malignani, che arrivavano con ben due progetti già risultati vincitori della competizione interregionale.



## CONCENTRO

### FORMAZIONE, ECCO GLI APPUNTAMENTI

Davvero fitto il programma formativo - informativo per luglio promosso da ConCentro, azienda speciale della Camera di Commercio di Pordenone - Udine. Si comincia il 7 luglio (con replica il 14) dalle 16 alle 19 (6 ore totali) con il seminario "Economia Circolare: come generare e comunicare valore". Docente del corso è **Emanuele Bompan**, giornalista ambientale e geografo. Si occupa di economia circolare, cambiamenti climatici, acqua, energia, mobilità sostenibile, green-economy. È direttore di Materia Rinnovabile, e collabora con La Stampa, Sole24Ore, Lifegate, La Nuova Ecologia Iscrizioni entro mercoledì 1° luglio a [formazione@pn.camcom.it](mailto:formazione@pn.camcom.it).

### SI PARLERÀ DI GREEN ECONOMY, E-COMMERCE, WEB MARKETING, SOCIAL MEDIA E STORYTELLING DI SUCCESSO

L'8 e 9 luglio, dalle 11 alle 13, sarà la volta di "L'e-commerce e la grande accelerazione: siamo pronti?" in modalità on line, con numero massimo di 25 partecipanti. Lezioni a cura di **Giovanni Cappellotto**, consulente e formatore per progetti online, e-commerce, web marketing, social media marketing. Iscrizioni entro giovedì 2 luglio a [formazione@pn.camcom.it](mailto:formazione@pn.camcom.it).

Ultimo appuntamento del mese, il 20 e 22 luglio dalle 9 alle 11 con "Storytelling aziendale: dal valore agli step da seguire per costruire uno storytelling di successo",

Corso a cura di **Paolo Largo**, formatore e consulente comunicazione efficace e sviluppo di competenze trasversali. Iscrizioni entro mercoledì 15 luglio a [formazione@pn.camcom.it](mailto:formazione@pn.camcom.it).

## L'EVENTO DI SOLIDARIETÀ

### IL RINGRAZIAMENTO AI RAGAZZI DI VOCINVOLLO



Un doppio ringraziamento: per la bellezza dell'esecuzione e per il gesto di solidarietà. Nella sala Valduga della Camera di commercio di Pordenone-Udine, il presidente camerale e di Concommercio Udine **Giovanni Da Pozzo** ha ospitato a inizio giugno il coro VocinVolo della scuola di musica Ritmea di Udine (presente anche con la direttrice Lucia Follador), protagonista di "Voci senza confini. Un progetto di solidarietà dall'Irlanda al Friuli", cover dell'ultima canzone del leader degli U2 Bono, "Let your love be known", scritta all'inizio del "lockdown" come omaggio agli italiani colpiti dalla pandemia. Da Pozzo ha sottolineato il legame tra mondo dell'economia e terzo

### IL CORO DELLA SCUOLA RITMEA DI UDINE È STATO PROTAGONISTA DI "VOCI SENZA CONFINI. UN PROGETTO DI SOLIDARIETÀ DALL'IRLANDA AL FRIULI", COVER DELL'ULTIMA CANZONE DEL LEADER DEGLI U2 BONO

settore nel ricordare lo scopo dell'iniziativa che ha visto Concommercio fare da "regista", con il contributo di PromoTurismo Fvg, che ha messo a disposizione le immagini del nostro splendido territorio, e Tassotto & Max video e photo agency, che ha curato il montaggio del video. Una raccolta fondi, hanno spiegato anche il presidente, **Franco Morgante**, e la coordinatrice, **Katia Mignogna**, di "Fuorionda", onlus udinese impegnata da anni nell'organizzazione del tempo libero - dai viaggi alle vacanze, dalle gite in giornata ai laboratori creativi - per il benessere psico-fisico delle persone disabili, anche gravi, e delle loro famiglie, consentirà di avviare "Ciao, Come Stai?" progetto mirato a permettere ai ragazzi disabili, con adeguati mezzi tecnologici, di uscire dal dramma dell'isolamento gravemente acuito dalle misure restrittive del "lockdown".

## Servizi digitali on line

I servizi che consentono all'impresa di risparmiare tempo e risorse

### DIGITAL DNA WIRELESS

È il dispositivo digitale utilizzabile sia in modalità wireless con smartphone e tablet, sia su pc attraverso la porta USB senza dover installare alcun software. Con il riconoscimento via Webcam, in pochi minuti potrai richiedere il tuo dispositivo DNA wireless di Firma Digitale comodamente da casa o dal tuo ufficio.

### FATTURAZIONE ELETTRONICA

Ricevi, compila, trasmetti e conserva a norma le tue fatture da e verso le Pubbliche Amministrazioni, altre imprese, liberi professionisti o soggetti privati con il servizio gratuito per le piccole e medie imprese.

### LIBRI DIGITALI

È il servizio che aiuta le imprese a gestire in totale sicurezza e con pieno valore legale tutto il processo di digitalizzazione dei libri d'impresa, facendo risparmiare tempo e risorse. Una piattaforma accessibile sempre, dalle società e dai loro intermediari, anche da smartphone e tablet, senza limiti di spazio e di tempo.

### COMUNICA FEDRA

È un software scaricabile gratuitamente per l'invio telematico di qualsiasi tipo di pratica al Registro delle Imprese che permette la compilazione dell'istanza "in locale" ed il successivo inoltro collegandosi ad Internet.

### CASSETTO DIGITALE DELL'IMPRENDITORE

Con un click tutte le informazioni e i documenti della tua azienda. Scarica gratuitamente visure, atti e bilanci, fascicolo informatico e pratiche SUAP

### CONTRATTI DI RETE

Un software, in modo semplice e guidato, ti aiuta a predisporre per via telematica un contratto di rete, l'istituto per un modello di collaborazione tra imprese che consente, pur mantenendo la propria indipendenza, autonomia e specialità, di realizzare progetti ed obiettivi condivisi, incrementando la capacità innovativa e la competitività sul mercato.

### CARTA NAZIONALE DEI SERVIZI (CNS) / FIRMA DIGITALE

È il dispositivo per imprese e professionisti che consente l'identificazione e la firma digitale per farsi riconoscere, firmare e spedire documenti: tutto online

### COMUNICA STARWEB

Il semplice strumento telematico per compilare ed inviare la Comunicazione Unica via Internet, anche per le pratiche artigiane

### TELEMACO

È il servizio che permette di acquisire documenti ufficiali del Registro Imprese e di altri registri (Registro Protesti, Registri Europei, ...) e di spedire pratiche telematiche (pratiche di Comunicazione Unica, di deposito bilanci, ...)

Camera di Commercio  
Pordenone - Udine



Scopri i servizi digitali sul sito camerale

RIPRENDONO GLI ESAMI PER LA SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE

# NUOVI SERVIZI ONLINE



LA CCIAA RENDERÀ DISPONIBILE LA NUOVA APP PER PRESENTARE E GESTIRE TELEMATICAMENTE LE RICHIESTE DI CARTE TACHIGRAFICHE

Riprendono anche in modalità telematica gli esami per la somministrazione di alimenti e bevande e altri orali e a breve le carte tachigrafiche si potranno richiedere online.

**Esami.** Per adeguare le attività alle procedure di sicurezza post emergenza, la Cciaa ha deciso di riprendere lo svolgimento degli esami per la verifica dell'idoneità alla somministrazione di alimenti e bevande con modalità telematiche. Per gli esami si è richiesto la presenza fisica del solo candidato, del Presidente della Commissione e del segretario (entrambi dipendenti camerale), mentre si collegano con modalità telematiche gli altri esperti in Commissione. Così si è potuto rispondere con celerità alle richieste di chi intende avviare un'attività nei prossimi mesi, senza sovrapporre intoppi burocratici alle difficoltà già evidenti del momento. A Udine si sono già tenute due sessioni di esami con questa modalità e a breve una sessione si terrà anche a

Pordenone. Si procederà analogamente anche per gli esami orali dei mediatori immobiliari, mentre gli esami scritti si terranno in presenza, sempre con il rispetto delle norme di sicurezza.

**Carte tachigrafiche.** La Cciaa Pn-Ud a breve renderà disponibile alle aziende la nuova applicazione "Taci", per presentare e gestire telematicamente le richieste di carte tachigrafiche - necessarie per la guida e la gestione degli autoveicoli dotati di cronotachigrafo digitale. Le richieste di prima emissione e rinnovo per ottenere la carta conducente e la carta azienda si potranno richiedere tramite app, con cui si potrà anche seguire in tempo reale lo stato di avanzamento della pratica e richiedere che la carta sia recapitata all'indirizzo indicato nella richiesta.

Il servizio mira a rendere la gestione delle pratiche semplice e veloce.

Per info: [regolazione.mercato@pn.camcom.it](mailto:regolazione.mercato@pn.camcom.it).

FIRMA DIGITALE

## LE NOVITÀ SUI NUOVI DISPOSITIVI

La Camera di Commercio rilascia dispositivi con certificato di Firma Digitale e CNS, necessari per l'autenticazione all'interno dei siti web della pubblica amministrazione e per la firma digitale su documenti elettronici. Nei primi mesi del 2020, in concomitanza con l'emergenza sanitaria, sono intervenute alcune novità sulle modalità di richiesta di firme digitali e il livello di domanda si è mantenuto piuttosto elevato, conseguente all'immediata richiesta di digitalizzazione del Paese.

Gli uffici camerale hanno perciò riorganizzato l'attività per garantire la continuità del servizio, pur limitando al minimo i contatti "in presenza". Le modalità proposte sono state: rilascio di nuovi dispositivi tramite una procedura "smart" (registrazione dati via email, pagamento con bonifico, produzione in back-office e il riconoscimento del titolare alla consegna); rilascio con procedura interamente via webcam, con l'introduzione del pagamento online tramite PagoPA, produzione del dispositivo in back-office e consegna anche a un delegato oppure consegna a domicilio.

La Camera di Commercio di Pordenone-Udine è stata una tra le prime attrici della procedura di riconoscimento del titolare tramite webcam (servizio Webid) e attualmente procede al ritmo di 10-12 riconoscimenti giornalieri. In programma nel breve periodo ci sono la dismissione del "vecchio" dispositivo di firma, il token Usb, e l'introduzione del nuovo Digital Dna, un dispositivo di ultima generazione dotato di Bluetooth e relativa app scaricabile sui dispositivi mobili. Operazioni ieri possibili solo da Pc, come firmare digitalmente documenti e scaricare la propria visura camerale sul portale [impresa.italia.it](http://impresa.italia.it), da oggi si possono fare anche direttamente dal proprio smartphone. Sarà confermata, infine, la distribuzione di smart card, l'unico dispositivo alternativo al Token Usb.

La distribuzione della firma digitale si è dimostrata dunque, per la Cciaa, oltre che un servizio apprezzato dagli utenti per costi, velocità e affidabilità, anche un'opportunità per diffondere una serie di servizi di pronto utilizzo, nonché di indubbia utilità per le pmi.

DOPO LA GERMANIA

## LA SUBFORNITURA REGIONALE SCOMMETTE SULLA FINLANDIA

La voglia di ripartire della subfornitura regionale, dopo la lunga incertezza pandemica, è tanta: lo confermano le adesioni a manifestazioni estere che si svolgeranno nei prossimi mesi nel nord Europa, raccolte dal Centro Regionale della Subfornitura del FVG, dipartimento di Concnetro, l'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pordenone-Udine. Si tratta, dopo le numerose adesioni alla fiera industriale di Hannover, in Germania, e a Elmia a Jonkoping, in Svezia, ad Alihankinta, manifestazione che si terrà a Tampere, in Finlandia, dall'8 al 10



dicembre 2020 invece che a settembre, come di consueto. È una kermesse professionale di subfornitura industriale - la cui partecipazione delle ditte regionali è coordinata dal Centro sin dal 2003 - che riunisce circa mille espositori provenienti da una ventina di paesi diversi e conta 20 mila visitatori sparsi in una trentina di nazioni.

A rinverdire l'interesse delle imprese regionali alla partecipazione ad Alihankinta, oltre alle concrete opportunità di business, anche l'attività organizzata dal Centro Regionale, in collaborazione con gli uffici ICE di Stoccolma, tra cui gli "open days" su Svezia e Finlandia svoltisi nel 2019 e l'incoming di buyer, alcuni provenienti dalla Finlandia, organizzato durante la fiera Samuexpo di Pordenone di febbraio scorso.



### OPPORTUNITÀ PER L'ESTERO

GIUGNO	<b>EXPORT 45: LA DIGITAL TRANSFORMATION PER L'EXPORT MANAGER, IL CRM</b> 29 giugno 2020   webinar   Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro
	<b>CARE&amp;INDUSTRY TOGETHER AGAINST CORONA - EEN</b> 30 giugno - 31 dicembre 2020   online b2b   Altro (Medicale, Salute)
LUGLIO	<b>PACCHETTO RIPRESA - Trova nuovi interlocutori e sviluppa competenze di export digitale con i nostri servizi!</b> 01 luglio - 31 ottobre 2020   servizi vari   Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro
	<b>COME CONIUGARE QUALITÀ E SICUREZZA PER LE ESIGENZE DEL TURISMO CHE VERRÀ: L'OSPITALITÀ ITALIANA IN SICUREZZA</b> 02 luglio 2020   webinar   Altro (Turismo)
	<b>FOCUS RUSSIA: MADE IN ITALY E MADE WITH ITALY (approfondimenti regionali)</b> 09 luglio 2020   webinar   Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro
	<b>COME USARE L'ACCESSIBILITÀ PER GARANTIRE L'ACCOGLIENZA PER TUTTI E CONQUISTARE NUOVE QUOTE DI MERCATO</b> 15 luglio 2020   webinar   Altro (Turismo)
	<b>USCIRE DALL'EMERGENZA: MISURE FINANZIARIE A SUPPORTO DELL'IMPRESA</b> luglio 2020   webinar   Food&Wine, Arredo Design, Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità, Altro
DICEMBRE	<b>FIERA ALIHANKINTA TAMPERE - Tampere (FINLANDIA)</b> 08-10 dicembre 2020   Subfornitura industriale meccanica e plastica
MAGGIO 2021	<b>STARTUP BOOTCAMP 2020 - MIT4LS SUB2020 - EEN - Genova</b> maggio 2021   Altro (Biomedicale)

Vuoi un incontro personalizzato con esperti ICE? Rivolgiti allo sportello "Export Flying Desk" presso la tua sede di riferimento e prenota un appuntamento "in remoto" collegandoti a <https://www.ice.it/it/export-flying-desk>.

I calendari aggiornati su [www.pn.camcom.it](http://www.pn.camcom.it) e [www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it)

LE IMPRESE CONTINUERANNO A RIVOLGERSI AGLI UFFICI CAMERALI DELLA SEDE TERRITORIALMENTE COMPETENTE

### INTERNAZIONALIZZAZIONE

**PORDENONE-UDINE**

[www.pnud.camcom.it](http://www.pnud.camcom.it)

PEC: [cciaa@pec.pnud.camcom.it](mailto:cciaa@pec.pnud.camcom.it)

Le strutture specializzate per l'internazionalizzazione della CCIAA rimangono a disposizione per ogni approfondimento utile. Puoi contattarci via posta elettronica:

**PORDENONE - CONCENTRO** [internazionalizzazione@pn.camcom.it](mailto:internazionalizzazione@pn.camcom.it)  
**UDINE - PROMOS ITALIA** [udine@promositalia.camcom.it](mailto:udine@promositalia.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!**

PROGETTO ENTERPRISE EUROPE NETWORK

# EVENTI IN POLONIA



NUMEROSE LE OPPORTUNITÀ PER L'EXPORT GRAZIE ALLE FIERE SIDERURGIA, COSTRUZIONI E METALLURGIA DA SETTEMBRE A NOVEMBRE

La Polonia è un partner importante per il Fvg. Mentre importiamo principalmente apparecchi per uso domestico, carne lavorata e conservata e pasta di carta e cartone abbiamo incrementato l'esportazione di prodotti della siderurgia, mobili e macchinari.

**Imprese culturali e creative.** Il Ministero polacco della cultura ha sviluppato fondi nazionali per sostenere i migliori progetti di sviluppo dei settori culturali e creativi e rafforzare la loro competitività. La priorità è data al design, alla musica, ai videogiochi e ai nuovi media. Il portale <http://kreatywna-europa.eu/partnerzy/> aiuta le imprese friulane a cercare partner internazionali per "Europa Creativa".

**23.09.2020, Kielce.** Nell'ambito della Fiera Stom2020, il punto di contatto della rete Enterprise Europe Network di Kielce organizza il prossimo Brokerage Event. La Fiera, dedicata alla lavorazione dei metalli, utensili, macchine utensili, lavorazione della lamiera, tecnologia e attrezzature di saldatura e taglio laser industriale è una vetrina espositiva delle ultime tecnologie all'avanguardia. Con 16.654 visitatori nella precedente edizione, Storm 2020 si attesta come uno dei punti di incontro più importanti dell'Europa centrale e orientale di questo tipo. Registrazione e partecipazione all'evento per selezione partner gratuita entro il 18.09.2020 dal portale: <https://stom2020.b2match.io>

**23.10.2020, Szczecin.** Le imprese friulane sono invitate a partecipare all'11° evento di matchmaking organizzato nell'ambito di Bud-Gryf & Home Fair 2020. L'evento si concentra su costruzioni, energia e casa. Registrazione gratuita all'evento entro il 10.10.2020 da <https://budgryf2020.b2match.io/>.

**04-06.11.2020, Poznan.** Nuova data per le prossime fiere internazionali Subcontracting, Itm Polska, Focast, Modernlog e 3D Solutions. In un'unica sede sarà possibile incontrare espositori internazionali, professionisti nel campo dell'automazione della produzione, metallurgia e lavorazione dei metalli, macchinari e tecnologie moderne della subfornitura, dell'industria 4.0, della logistica e soluzioni 3D. Nel programma si inserisce il Brokerage Event on Industrial Subcontracting dedicato alla ricerca di collaborazione in tale ambito, alla verifica della competitività e alla qualità dei potenziali partner commerciali. Nel 2019 l'evento ha registrato ben 357 meeting con 138 partecipanti da 14 Paesi europei. Registrazione gratuita per i clienti della rete Een entro il 26.10.2020 su <https://subcontracting-meetings-2020.b2match.io/>.



## NOVITÀ

### DAL 1° LUGLIO PAGAMENTI CON pagoPA

Dal prossimo 1° luglio il pagamento di somme dovute alla Camera di Commercio di Pordenone-Udine non potrà più essere eseguito con bonifico bancario o versamento conto corrente postale, bensì utilizzando il sistema pagoPa, attraverso avvisi di pagamento predisposti dall'operatore di sportello su richiesta dell'utente. Gli avvisi potranno essere pagati in tabaccherie, ricevitorie Sisal, Lottomatica, tramite home banking utilizzando il circuito Cbil/pagoPa o da smartphone utilizzando la App Satispay. Sarà, comunque, ancora possibile effettuare pagamenti allo sportello, con le consuete modalità: contanti, Pos e carta di credito. Per informazioni è possibile rivolgersi all'Urp - Ufficio Relazioni con il Pubblico, telefono. 0432 273543-273210, mail: [urp@ud.camcom.it](mailto:urp@ud.camcom.it).

enterprise europe network

SELL OR BUY  
Giugno 2020



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](http://www.ud.camcom.it), sezione Enterprise Europe Network.

**ROMANIA:** Produttore rumeno di cosmetici è interessato ad identificare fornitori di contenitori in vetro per accordi commerciali. (Rif. BRRO20190607001 - Giu.20)

**SLOVACCHIA:** Coltivatrice slovecca di frutti di bosco e produttrice di succhi di frutta biologici (ribes nero more, aronia) è alla ricerca di partner commerciali per migliorare la distribuzione commerciale. (Rif. BOSK20200507001 - Giu.20)

**LITUANIA:** Società lituana specializzata nella produzione di abiti per donna è interessata ad ampliare il suo assortimento tramite accordi di produzione e distribuzione con fornitori europei. (Rif. RIF. BRLT20200508001 - Giu.20)

**ARMENIA:** L'azienda specializzata nella vendita di abbigliamento e accessori multimarca è alla ricerca di produttori di abbigliamento, biancheria intima e accessori per offrire collaborazione tramite accordi di agenzia commerciale. (Rif. BRAM20200602001 - Giu.20)

EEN.EC.EUROPA.EU

Camera di Commercio Pordenone - Udine



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 Concentro** tel. +39 0434 381250-653 - [internazionalizzazione@pn.camcom.it](mailto:internazionalizzazione@pn.camcom.it)

[www.pn.camcom.it](http://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](mailto:progetti.info@ud.camcom.it)

[www.ud.camcom.it](http://www.ud.camcom.it), sezione Enterprise Europe Network.

### EMERGENZA CORONAVIRUS: VARIAZIONE ATTIVITÀ CAMERALI (SINO A NUOVE DISPOSIZIONI)

Per poter accedere agli sportelli/locali della Camera di Commercio di Pordenone-Udine è obbligatorio indossare una mascherina a idonea protezione di naso e bocca.

Gli uffici sono aperti al pubblico dal lunedì al venerdì dalle 08:30 alle 12:30 SU APPUNTAMENTO  
Commercio estero: aperto dal lunedì al venerdì dalle 08:30 alle 12:30 con INGRESSO LIBERO

#### SEDE DI TOLMEZZO

Chiusa fino a nuove disposizioni. Per informazioni: e-mail [cciaapnud.tolmezzo@pnud.camcom.it](mailto:cciaapnud.tolmezzo@pnud.camcom.it)

#### CALL CENTER REGISTRO IMPRESE - 848 800 410.

Attivo da lunedì a venerdì, festivi esclusi, dalle ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 14:00 alle ore 17:00. Il servizio è accessibile solo da rete fissa da tutto il territorio nazionale al costo di una telefonata a tariffa urbana Telecom.

### VARIAZIONI - PROROGHE

#### CONTRIBUTI ACQUISTO DI VEICOLI NUOVI ECOLOGICI

Domande a mezzo pec o raccomandata con ricevuta di ritorno.

#### RILASCIO SPID

Il servizio di attivazione è ripreso su appuntamento.

**SUPERAMENTO DEL MODELLO "PROCURA SPECIALE" PER IL DEPOSITO DELLE PRATICHE AL REGISTRO IMPRESE E AL R.E.A**  
Prorogati i termini (consultare il sito per il dettaglio).

### INDICI FOI SENZA TABACCHI

Diffusione il 15 luglio (dopo le ore 13:00)

### INCONTRI DI MEDIAZIONE CIVILE E COMMERCIALE E DI CONCILIAZIONE

Fino al prossimo 31 luglio 2020, gli incontri di mediazione potranno svolgersi in via telematica con il preventivo consenso di tutte le parti coinvolte nel procedimento.

La Segreteria è riaperta al pubblico da lunedì a venerdì dalle ore 08:30 alle 12:30 e riceve SOLO SU APPUNTAMENTO (mail a [conciliazione@ud.camcom.it](mailto:conciliazione@ud.camcom.it)).

Le domande dovranno essere trasmesse:

- preferibilmente via PEC ([mediazione@ud.legalmail.camcom.it](mailto:mediazione@ud.legalmail.camcom.it));
- o in alternativa, per chi non potesse utilizzare la PEC, mediante deposito allo Sportello SU APPUNTAMENTO;
- o tramite Raccomandata A.R. all'indirizzo: Camera di Commercio di Pordenone - Udine via Morpurgo, 4 - 33100 Udine.

### CONTRIBUTI

RICHIESTA DI GARANZIA AL CREDITO STRAORDINARIO PER EMERGENZA COVID 19. Domande entro il 31 luglio 2020

RICHIESTA EROGAZIONE ANTICIPATA CONTRIBUTI LR 5/2020, ART. 2 - EMERGENZA COVID-19

INTERVENTI NAZIONALI - COVID 19 - DECRETI CURA ITALIA E LIQUIDITÀ

### RENDICONTAZIONE BANDI 2019

Prorogati i termini al 31 luglio 2020 per i bandi:

- Voucher digitali 14.0
- Voucher percorsi di alternanza scuola lavoro
- Voucher per la promozione dell'internazionalizzazione

## NEWS CCIAA

### PORDENONE-UDINE

[www.pnud.camcom.it](http://www.pnud.camcom.it)

PEC: [cciaa@pec.pnud.camcom.it](mailto:cciaa@pec.pnud.camcom.it)

#### Ci trovi a

**PORDENONE** - Corso Vittorio Emanuele II, 47

Centralino 0434 3811

mail: [urp@pn.camcom.it](mailto:urp@pn.camcom.it)

**UDINE** - Via Morpurgo, 4

Centralino 0432 273111

mail: [urp@ud.camcom.it](mailto:urp@ud.camcom.it)

**LE IMPRESE DEVONO RIVOLGERSI AGLI UFFICI CAMERALI DELLA SEDE TERRITORIALMENTE COMPETENTE**

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

**ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER!**

