



SENSE OF FVG, LETTURA CORALE DELL'ECONOMIA REGIONALE

DAL "MADE IN" ALLA NUOVA RAPPRESENTAZIONE DEL TERRITORIO E DI CIÒ CHE LO RENDE COMPETITIVO, DA PAG. 3 A PAG. 5



*Abbiamo parlato all'Ai del Sense of Fvg e le abbiamo chiesto di elaborarlo in un'immagine; questa foto di copertina è la sua rappresentazione

DA POZZO: «UNA NUOVA VISIONE DEL FUTURO»

Pag. 5



PORDENONE LEGGE E GLI APPUNTAMENTI D'AUTUNNO

Pag. 6-7



VENDEMMIA E CLIMA: COME CAMBIA L'AGRICOLTURA

Pag. 8





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:

Altrementi ADV / Udine

Stampa:

Centro Servizi Editoriali Srl

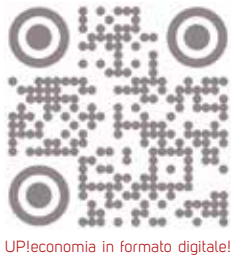
Via del Lavoro, 18 - Grisignano di Zocco - Vicenza

Fotoservizi:

Foto immagini di Gianpaolo Scognamiglio

Archivio:

C.C.I.A.A – Diego Petrusi Foto



UPEconomia in formato digitale!

SOMMARIO



SENSE OF FVG pagine 3, 4 e 5

STILI DI VITA, PAESAGGIO ED ESPERIENZA: LA NUOVA RAPPRESENTAZIONE DEL TERRITORIO PAG. 3

LA SFIDA DI CREARE UN ECOSISTEMA ATTRATTIVO PAG. 4

UNA RIVOLUZIONE CULTURALE A PARTIRE DALLA QUALITA' PAG. 4

CATTURARE IL SENSO PROFONDO DELL'ECONOMIA LOCALE PAG. 5

I SERVIZI RACCOLGONO IL 65% DEL VALORE AGGIUNTO PAG. 5



AUTUNNO CULTURALE pagine 6 e 7

PORDENONELEGGE, IL SIGILLO DI MATTARELLA PAG. 6

“IL LIBRO COME STRUMENTO PER INTERROGARE LA REALTA'” PAG. 6

FRIULI DOC, UN FESTIVAL SEMPRE PIU' POLICENTRICO PAG. 6

TORNANO CASA MODERNA E SAPERI&SAPORI FVG PAG. 6

“LA CULTURA CI PROTEGGE DALLA DITTATURA DELL'ULTIMA NOTIZIA”, PAG. 7

IL VALORE ETICO DEL DIALOGO INTERNAZIONALE, PAG. 7

ARTANDFOOD, VIAGGIO ALLA RICERCA DELLE “ARTI DELLA TAVOLA”, PAG. 7

IL DOCUFILM SUL “MODELLO FRIULI”, PAG. 7



AGRICOLTURA E CAMBIAMENTO CLIMATICO pagina 8

VENDEMMIA, PIU' QUALITA' NONOSTANTE IL GRAN CALDO PAG. 8

L'ACQUA SCARSEGGIA? “SI PROCEDA CON GLI INVASI PER LA RACCOLTA” PAG. 8

OLTRE TRENTAMILA ETTARI DI VIGNETO PAG. 8



I RITRATTI DEGLI IMPRENDITORI pagina 9



LE IMPRESE DEL MESE pagine 10, 11 e 12



GLI ASSAGGI DEL MESE pagina 13



CAMERA DI COMMERCIO pagine 14, 15 e 16

“MALVASIA SENZA CONFINI”, UN VIAGGIO SENSORIALE PAG. 14

MIRABILIA, LEVA DELLO SVILUPPO LOCALE PAG. 14

FAM TRIP DEDICATO AGLI OPERATORI ESTERI PAG. 14

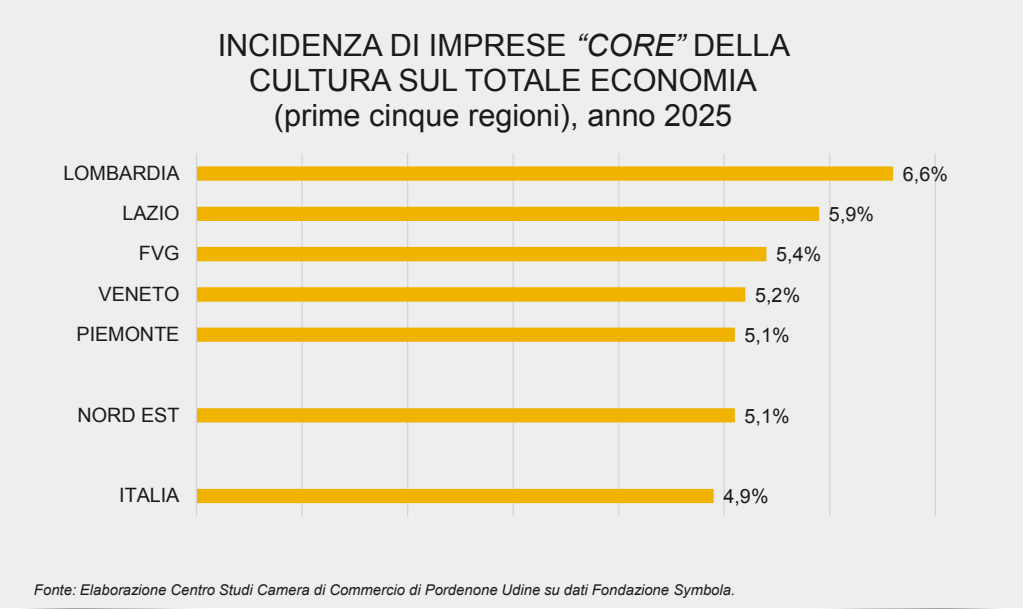
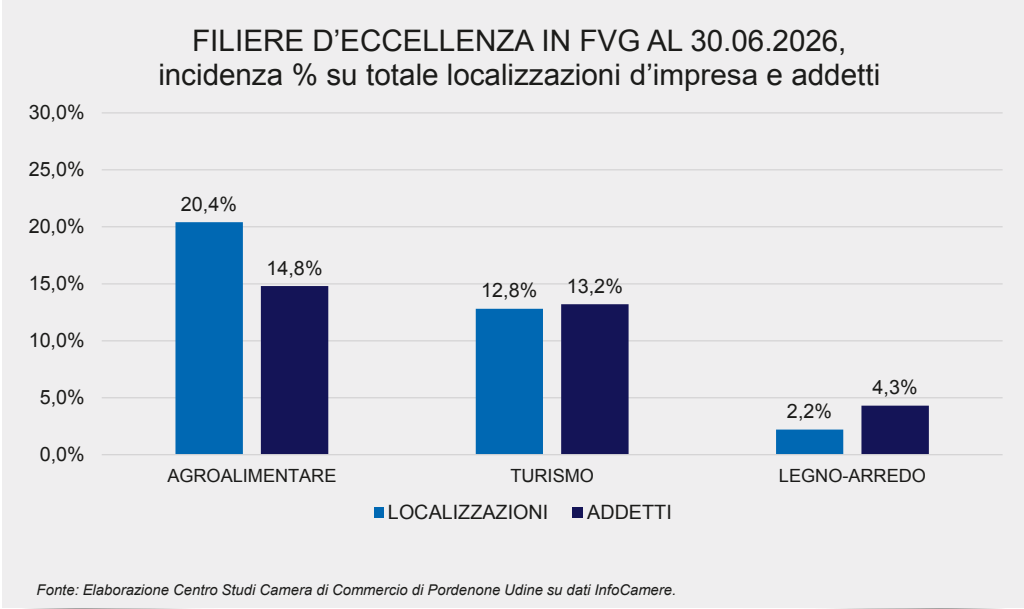
WELFARE FVG, UNA SPINTA AI CONSUMI PAG. 15

LE VIDEO GUIDE PER NEO IMPRENDITORI PAG. 15

IL REGISTRO DELLE IMPRESE STORICHE ITALIANE PAG. 15

FIGOMORO, IL PRODOTTO CHE ATTRAIE I VISITATORI PAG. 16

DALLA PITINA AI PRESEPI: LE TOP EXPERIENCE FINO A DICEMBRE PAG. 16



LA VISIONE NAZIONALE DEL CENTRO STUDI DI CONFCOMMERCIO DECLINATA SULLA NOSTRA REGIONE

STILI DI VITA, PAESAGGIO ED ESPERIENZA: LA NUOVA RAPPRESENTAZIONE DEL TERRITORIO

L'OSSERVATORIO ECONOMICO IN UNA NUOVA VESTE: DALLA PURA MISURAZIONE STATISTICA
ALLA CATENA DEL VALORE IMMATERIALE

» ANNA DAZZAN

Non è più (o non è mai stato) sufficiente contare imprese, addetti e fatturati per capire davvero come sta un territorio, serve includere ciò che non entra facilmente nelle tabelle. Ecco, così, che fanno la loro comparsa reputazione, cultura, paesaggio, stile di vita, qualità dell'accoglienza, capacità di trasformare un prodotto in esperienza. È il cuore del paradigma del "Sense of Italy", il super-brand immateriale che accompagna il Made in Italy e ne amplifica il valore unendo beni, servizi e turismo in un'unica catena. Di questo si è parlato in Camera di Commercio di Pordenone-Udine, durante l'incontro di presentazione dell'Osservatorio economico semestrale dell'ente camerale: un appuntamento che ha proposto un cambio di prospettiva. Andare oltre il "Made in" e riconoscere un vero e proprio "Sense of Fvg", inteso come Dna economico-territoriale capace di integrare manifattura, terziario e attrattività. Dentro questa cornice si è inserito l'intervento di **Mariano Bella**, direttore del Centro Studi di Confindustria e curatore del volume Sense of Italy, che ha messo a fuoco il punto cruciale: il valore non nasce solo dall'oggetto prodotto, ma dal sistema che lo rende desiderabile, accessibile, raccontabile. È un "senso" che vive nell'esperienza e che alimenta un circuito virtuoso. «La scoperta dell'Italia, o di un suo territorio, genera domanda, l'esperienza genera memoria e reputazione, la reputazione riattiva nuova domanda, anche a distanza e sotto forma di consumo di beni italiani all'estero». Bella ha utilizzato dati e serie storiche per smontare un pregiudizio ancora radicato nel dibattito pubblico: l'idea che la crescita sia solo



l'incontro di presentazione dell'Osservatorio economico
semestrale dell'ente camerale

industriale, mentre i servizi rappresentino un settore ancillare o a basso valore. «Dobbiamo superare interpretazioni tradizionali dei territori», ha spiegato, ricordando che tra il 1995 e oggi i servizi di mercato in Italia hanno creato 4 milioni di posti di lavoro standard, mentre industria e agricoltura insieme ne hanno persi circa 700 mila. Numeri che, nella lettura di Bella, non raccontano un Paese che "si è indebolito" perché si è terziarizzato, ma un'economia che si è trasformata seguendo la traiettoria dei consumi contemporanei, sempre più orientati all'esperienza, al tempo libero, alla qualità della vita, alla relazione.

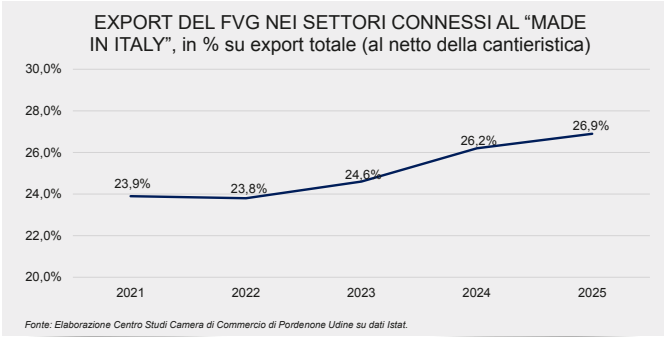
SI VA OLTRE IL "MADE IN" E SI
RICONOSCE UN VERO E PROPRIO
"SENSE OF FVG", INTESO COME DNA
ECONOMICO-TERRITORIALE CAPACE
DI INTEGRARE MANIFATTURA,
TERZIARIO E ATTRATTIVITÀ

Lo stesso vale per il turismo, che nel modello del Sense of Italy non è un comparto isolato ma una componente integrata della competitività nazionale. Bella ha ricordato che nello stesso trentennio le presenze dei turisti stranieri in Italia sono aumentate

del 137%. «Non siamo davanti a comparti separati, ma a un sistema integrato dove il turismo promuove l'export e l'export alimenta il turismo», ha sottolineato, richiamando le evidenze dei modelli econometrici utilizzati nella ricerca: un incremento permanente dell'1% delle presenze turistiche genera nel medio periodo un aumento dello 0,5% delle esportazioni di beni. Da qui l'idea, ripresa per la lettura regionale, di integrare in modo più consapevole industria, servizi e turismo anche nelle analisi congiunturali. Per Bella, infatti, una fotografia basata soltanto su Pil, export o occupazione rischia di perdere la parte più dinamica: quella legata alla fiducia, alla reputazione e alla capacità di "attrarre" consumi. In questa prospettiva, il Sense of Fvg può essere letto come una

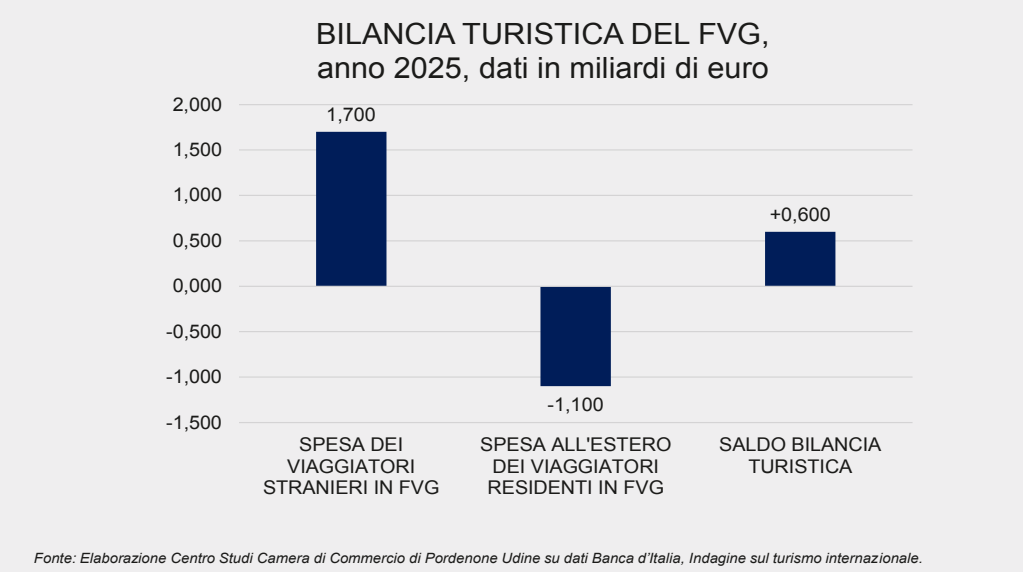
VA SMONTATO IL PREGIUDIZIO CHE
LA CRESCITA SIA SOLO INDUSTRIALE,
MENTRE I SERVIZI RAPPRESENTINO
UN SETTORE ANCILLARE O A
BASSO VALORE. TRA IL 1995 E
OGGI I SERVIZI DI MERCATO IN
ITALIA HANNO CREATO 4 MILIONI
DI POSTI DI LAVORO STANDARD

filiera ampia che include manifattura, commercio, ristorazione, logistica, servizi alle imprese, eventi, cultura e qualità urbana: elementi diversi, ma connessi dalla stessa promessa di esperienza. Sul fronte delle criticità, Bella ha invitato a non confondere le cause con gli effetti. «Il vero limite alla nostra crescita non è la dimensione delle micro-imprese dei servizi», ha concluso. Il nodo, semmai, è ciò che definisce "fiscocrazia": un eccesso di burocrazia e pressione fiscale che finisce per soffocare proprio i settori in espansione. Il messaggio finale è una proposta di metodo: per guidare lo sviluppo non basta più misurare "quanto" si produce, bisogna capire come quel territorio si presenta al mondo e quale esperienza è in grado di generare. È qui che il Sense of Italy, declinato in chiave locale, diventa uno strumento di lettura e di azione.



SETTORI E FILIERE	SALDO COMMERCIALE NORMALIZZATO DEL FVG, ANNO 2025
AGROALIMENTARE	0,20
ABBIGLIAMENTO	0,03
ARREDAMENTO	0,82
APPARECCHI PER USO DOMESTICO	0,37
“MADE IN ITALY”	0,43
TOTALE BENI SCAMBIATI	0,28

Fonte: Elaborazione Centro Studi Camera di Commercio di Pordenone Udine su dati Istat.



A TRACCIARE LO SCENARIO IN CUI SI MUOVE IL TESSUTO ECONOMICO È STATO MARCO MARTELLA

LA SFIDA DI CREARE UN ECOSISTEMA ATTRATTIVO

L'ECONOMIA GLOBALE STA CAMBIANDO REGIME E LE IMPRESE SI DEVONO ADATTARE. SERVONO, DALL'ALTRO LATO, CERTEZZA NORMATIVA, INCENTIVI STABILI E UNA FILIERA DELL'INNOVAZIONE CHE COLLEGHI IMPRESE, RICERCA E INFRASTRUTTURE

» ANNA DAZZAN

In un contesto internazionale segnato da guerre “a bassa e alta intensità”, competizione tecnologica, frammentazione delle catene del valore e ritorno del rischio energetico, la geopolitica è tornata a incidere direttamente sulle scelte economiche. A questa instabilità si sommano inflazione più persistente del previsto, tassi d’interesse elevati, debito globale in crescita e prezzi dell’energia ancora esposti a shock. È dentro questo nuovo regime che imprese e territori sono chiamati a muoversi. A tracciare il quadro geopolitico ed economico è stato **Marco Martella**, ex direttore centrale di Bankitalia a New York e Trieste, che ha parlato di una “crescita a forma di K”: una ripresa che “non scompare ma si concentra”, premiando alcuni

comparti e mettendone sotto pressione altri. Da una parte, ha osservato, tengono o accelerano i settori più agganciati ai trend strutturali: high tech, difesa e infrastrutture, energia e materie prime, servizi premium ed export di qualità. Dall'altra soffrono le attività più esposte alla compressione dei margini e all'aumento dei costi: manifattura tradizionale, consumi domestici, Pmi ad alto debito e industrie energivore. La fotografia restituisce un'economia che si polarizza, con opportunità per chi riesce a innovare, e vincoli più stringenti per chi resta intrappolato in modelli produttivi a bassa produttività e alta intensità energetica.

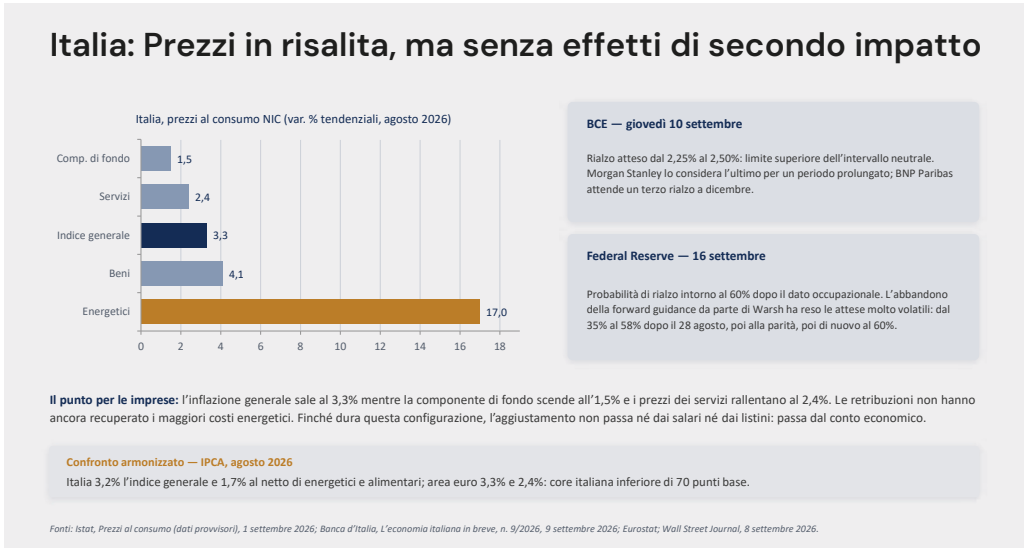
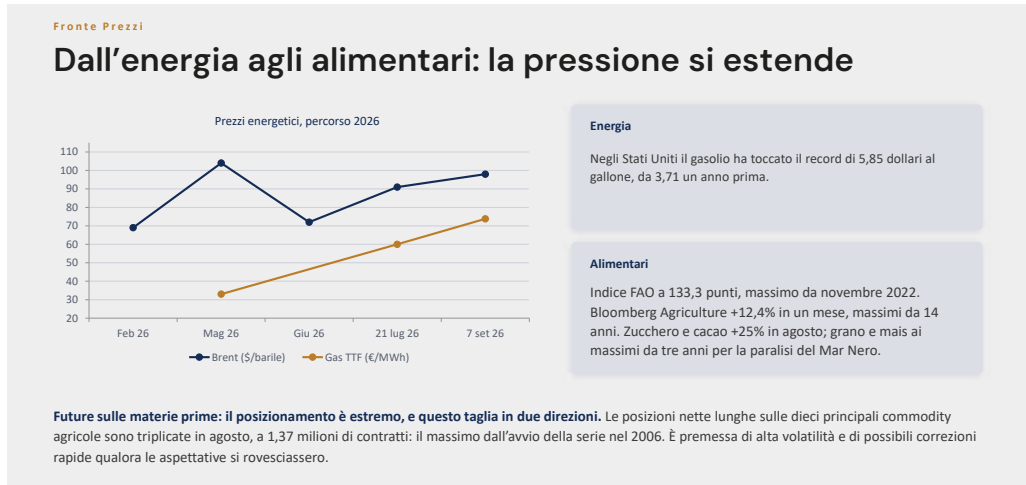
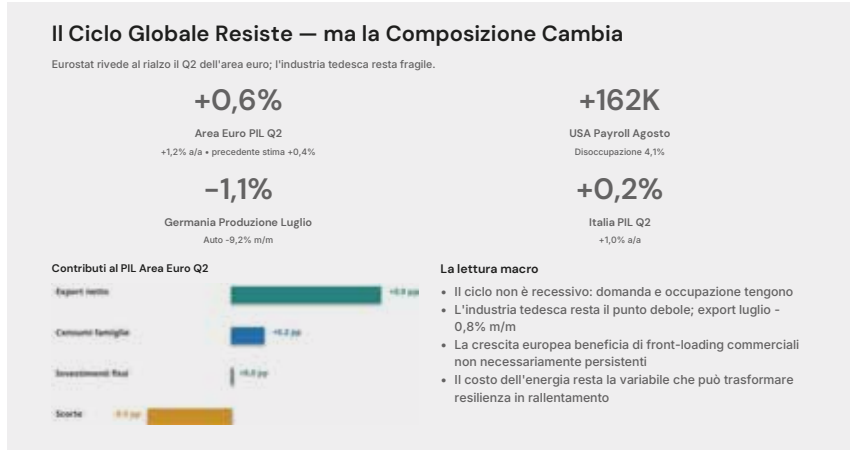
Martella ha insistito su un punto chiave. «La geopolitica è diventata una funzione della produzione, non più solo un rischio». In pratica, le scelte industriali e finanziarie devono incorporare stabilità degli approvvigionamenti, sicurezza tecnologica, ridisegno delle supply chain e accesso alle materie prime critiche. Gli elementi di tensione, secondo Martella, sono chiari. «Inflazione, tassi di interesse in aumento, costi dell'energia e debito globale». Allargando lo sguardo allo scenario in cui si muove il tessuto economico del Friuli Venezia Giulia, l'economista ha ricordato come la regione debba navigare in un quadro globale caratterizzato da volatilità, che richiedono alle imprese adattamento continuo e una maggiore integrazione strategica tra settori produttivi. «L'economia globale non è in recessione, ma



Marco Martella, ex direttore centrale di Bankitalia

sta cambiando regime», ha sottolineato Martella. In altre parole, vince chi dispone di più capitale, tecnologia, dati, capacità di investimento e scala.

Per l'Italia la sfida, nella lettura di Martella, è trasformare i punti di tenuta – occupazione, servizi ed export – in un salto di produttività e in investimenti duraturi. In questo passaggio rientra anche il “Sense of Italy”, indicato da Martella come componente strutturale della competitività nazionale: qualità, reputazione, design, cultura industriale e capacità manifatturiera possono diventare un vantaggio stabile, ma solo se supportati da capitale umano e investimenti. La disanima generale porta quindi a una conclusione operativa. «L'Italia può competere nella nuova economia globale a condizione di aumentare la produttività, e ciò avviene soprattutto attraverso investimenti. Ma gli investimenti si attivano quando esistono fiducia, regole chiare e un contesto finanziario favorevole». Da qui l'esigenza di costruire, anche a livello regionale, un ecosistema attrattivo: certezza normativa, tempi autorizzativi compatibili, capitale di rischio, incentivi stabili e una filiera dell'innovazione che colleghi imprese, ricerca e infrastrutture. Infine, nel tempo delle crisi ricorrenti diventa decisivo “allenarsi” alla resilienza. Anticipare gli shock, diversificare, investire in sicurezza e competenze. «L'Italia - ha ricordato Martella - possiede talenti e ricchezza finanziaria, ma spesso non riesce a trattenerli o a canalizzarli verso l'economia reale». Rendere più attrattivo il Paese per i talenti e più efficiente l'allocazione dei capitali significa dare alle imprese accesso a risorse per crescere, innovare e competere.



IL PATRIMONIO IDEATIVO E ARTISTICO ITALIANO È INIMITABILE

UNA RIVOLUZIONE CULTURALE A PARTIRE DALLA QUALITÀ

L'ITALIA È SINONIMO DI 'CUSTOM', DI PEZZO UNICO E NON STANDARDIZZATO E DA QUI OCCORRE RIPARTIRE

Alla conferenza stampa sul Sense of Fvg sono intervenuti anche il sindaco di Udine, **Alberto Felice De Toni**, in apertura, e l'assessore regionale alle Attività produttive e Turismo, **Sergio Emidio Bini**, per tracciare le conclusioni, entrambi pronti a rimarcare la centralità delle componenti immateriali e dei servizi nello sviluppo locale. A cogliere il cambio di prospettiva nella lettura dell'economia è stato il primo cittadino di Udine, che ha definito il passaggio dal “Made in” al “Sense of Fvg” come una vera e propria rivoluzione culturale. «Siamo di fronte all'introduzione del ‘meta-bit’, un salto di paradigma che va ben oltre la manifattura fisica per abbracciare l'inimitabile patrimonio ideativo e artistico italiano». «L'Italia è sinonimo di ‘custom’, di pezzo unico e non standardizzato; se accettassimo la sfida della standardizzazione pura verremmo sopraffatti dai giganti asiatici, ma la nostra matrice culturale ci rende imbattibili sulla qualità e sulla bellezza. Questa intuizione sul ‘senso’ del territorio è un'operazione strategica a beneficio dell'intero Paese».

Dal canto suo, l'assessore regionale Sergio Emidio Bini ha richiamato istituzioni e politica a una presa di coscienza pragmatica. «Il mondo economico cambia a una velocità inaudita e il mito del ‘piccolo è bello’ appartiene al passato: le imprese poco capitalizzate rischiano di uscire dal mercato di fronte ai contraccolpi dell'inflazione energetica e ai costi delle materie prime». Bini ha quindi ribadito la necessità di abbattere la contrapposizione tra manifattura e terziario, definendo il turismo un volano decisivo per tutti i comparti produttivi. «La Regione è pronta a fare la propria parte – ha concluso Bini –, for te di finanze solide che ci permettono di immettere risorse ingenti nell'economia reale, ma i fondi pubblici non bastano se non si ha il coraggio di sostenere chi fa impresa». L'assessore ha infine ricordato i prossimi interventi regionali, dai ristori sul caro carburanti al bando per la filiera dell'elettrodomestico, fino all'attuazione del nuovo Codice del Terziario.



L'assessore alle attività produttive e al turismo Fvg, Sergio Emidio Bini



In primo piano il sindaco di Udine, Alberto Felice De Toni

ANDARE OLTRE LA LENTE DEI DECIMALI PER ABBRACCIARE UNA LETTURA QUALITATIVA E COMPLESSA

CATTURARE IL SENSO PROFONDO DELL'ECONOMIA LOCALE

CHI SCEGLIE IL FRIULI VENEZIA GIULIA NON ACQUISTA UN SEMPLICE PRODOTTO, MA PORTA CON SÉ IL RICORDO DI UN'ESPERIENZA CHE DESIDERA RIVIVERE

«Se ci limitiamo a leggere la realtà economica attraverso la sola lente dei decimali o delle statistiche di settore, rischiamo di restituire un'immagine parziale e persino distorta del nostro territorio». Con queste parole il presidente della Camera di Commercio di Pordenone-Udine, **Giovanni Da Pozzo**, ha aperto i lavori della conferenza stampa dedicata alla presentazione dei nuovi report economici camerale, tracciando una netta svolta metodologica nell'interpretazione del tessuto produttivo del Friuli Venezia Giulia. Un passaggio culturale che mira a superare la rigida misurazione quantitativa per abbracciare una lettura qualitativa e complessa, capace di

LE FILIERE SI
COMPENETRANO E LE
IMPRESE SVILUPPANO
ATTIVITÀ SEMPRE
PIÙ INTEGRATE

catturare il "senso" profondo dell'economia locale. Per chiarire il rischio di un approccio puramente numerico, Da Pozzo ha proposto un paradosso emblematico: «Se guardassimo solo ai tassi di crescita, ci troveremmo a celebrare Paesi come la Nigeria, che registra un Pil in espansione sopra il 4% e una disoccupazione al 4,9%, ma dove la speranza di vita media non supera i 55 anni». Questo dimostra, secondo il vertice camerale, come la rappresentazione matematica non coincida necessariamente con il reale benessere o con la qualità del contesto in cui si vive e si fa impresa. Bisogna invece unire, integrare, superare le distinzioni nette. C'è oggi la necessità forte di aggiornare le lenti interpretative, passando dallo storico concetto di "Made in" a quello più fecondo di "Sense of Fvg", declinazione territoriale del modello "Sense of Italy" elaborato dal direttore del Centro Studi Confcommercio **Mariano Bella**.

L'ESEMPIO PIÙ EVIDENTE È IL TURISMO, SETTORE TRASVERSALE CHE QUANDO DECOLLA TRASCINA CON SÉ L'EDILIZIA, IL MANIFATTURIERO DELL'ARREDO, I TRASPORTI E L'INTERO INDOTTO CULTURALE

«Per decenni abbiamo racchiuso il nostro valore economico sotto la dicitura di "Made in", ma oggi quel concetto rischia di rivelarsi parziale se schiacciato sulla sola componente manifatturiera o geografica». Il "Sense of Fvg", ha spiegato Da Pozzo, funziona invece come un vero e proprio dna territoriale: «Unisce in un'unica catena del valore la nostra storia, la cultura, il lavoro, i servizi e lo stile di vita». Chi sceglie il Friuli Venezia Giulia non acquista un semplice prodotto, ma porta con sé il ricordo di un'esperienza che desidera rivivere. In questo quadro, industria e terziario cessano di essere comparti separati o in contrapposizione per diventare facce di una medesima medaglia.

L'esempio più evidente è il turismo, settore trasversale che quando decolla trascina con sé l'edilizia, il manifatturiero dell'arredo, i trasporti e l'intero indotto culturale. Nell'analisi del presidente Da Pozzo non è mancata un'autocritica rivolta al sistema rappresentativo: «Faccio un mea culpa anche per il mondo associativo: per troppo tempo abbiamo espresso rappresentanze di parte, rivendicando chi fosse più bravo tra commercio, industria, agricoltura o cooperazione». Un approccio che va superato oggi per rispondere maggiormente alla realtà contemporanea, dove le filiere si compenetrano e le imprese sviluppano attività sempre più integrate. Solo così, per il presidente camerale, è possibile avere un approccio di visione sul futuro.



Il presidente della Camera di Commercio di Pordenone-Udine, Giovanni Da Pozzo

Infine, il presidente camerale ha richiamato l'attenzione sul fattore psicologico ed emotivo del mercato: l'indice di fiducia. Ricordando uno studio condotto dall'Ocse di Parigi nel 2013 sulla città di Udine, che aveva diagnosticato un'attitudine diffusa al "declinismo" – ovvero la tendenza a focalizzarsi quasi esclusivamente sugli aspetti negativi nell'interpretare l'economia e la società –, Da Pozzo ha lanciato un forte appello alla positività. «I contesti geopolitici e internazionali non li modifichiamo da Udine e nemmeno da Roma. Il nostro compito è trasmettere fiducia, ma non fine a se stessa, bensì come atteggiamento proattivo e propositivo. La negatività genera altra negatività, mentre la fiducia è il primo vero motore economico, l'unico capace di creare speranza e attrarre nuovi investimenti sul territorio».

IL QUADRO ECONOMICO DEL FVG

I SERVIZI RACCOLGONO IL 69% DEL VALORE AGGIUNTO

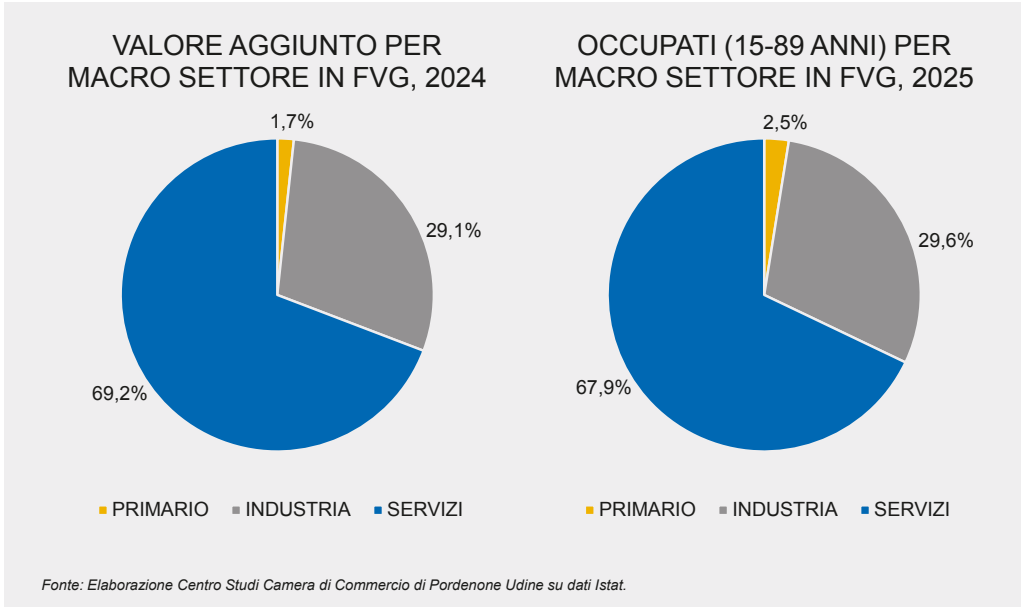
Il quadro economico Fvg è stato illustrato da **Elisa Qualizza**, responsabile del Centro Studi della Camera di Commercio Pn-Ud. «Le previsioni Prometeia indicano una crescita del Pil regionale dello 0,5% per il 2026 – ha spiegato –, ma la vera forza strutturale risiede nel terziario: accanto all'importanza della manifattura c'è il settore dei servizi, che raccoglie all'incirca il 69% del valore aggiunto regionale e il 67% degli occupati, pari a 358.300 persone». Sul fronte del credito, i prestiti alle imprese segnano un lievissimo +0,1% a dicembre 2025, dove la spinta delle costruzioni (+14%) compensa la contrazione in manifattura (-2,6%) e servizi (-0,7%). «Proprio per andare in linea con l'approccio del Sense of Italy – ha sottolineato Qualizza – ci siamo concentrati sulle filiere d'eccellenza della regione che raccolgono identità, stile di vita e Made in Italy: l'agroalimentare pesa per il 20,4% delle imprese attive con oltre 60 mila addetti, il turismo raggiunge quasi il 13% con 54 mila occupati e il legno-arredo il 2,2% con 17.400 maestranze». A questo si affiancano i beni immateriali: «La cultura genera 2,2 miliardi di euro di valore aggiunto e la nostra regione è la terza in Italia per incidenza di imprese culturali, al 5,4%, oltre a collocarsi al secondo posto nazionale per percentuale di lettori con il 67,6% della popolazione».

SUL FRONTE DEL CREDITO, I PRESTITI ALLE IMPRESE SEGNAANO UN LIEVISSIMO +0,1% A DICEMBRE 2025, GRAZIE ALLA SPINTA DELLE COSTRUZIONI

L'export legato al Made in Italy garantisce un saldo commerciale positivo di 2,7 miliardi di euro (trainato dall'arredamento con un saldo di +1,9 miliardi), mentre «la spesa dei viaggiatori stranieri

tocca 1,7 miliardi di euro, lasciando un saldo turistico positivo di 600 milioni che conferma la forte attrattività del territorio». Infine, la responsabile Centro Studi ha illustrato il nuovo Indice di attrattività comunale sviluppato

con l'Usci: «Accanto ai capoluoghi di provincia e alle storiche località turistiche come Lignano o Grado, l'indice registra valori elevati anche in comuni più piccoli come Sauris o in centri dalla posizione strategica come Villesse».



Prestiti bancari alle imprese per branca di attività economica (1) (variazioni percentuali sui 12 mesi)				
PERIODI	Attività manifatturiere	Costruzioni	Servizi	Totale (2)
Trieste	-8,4	-6,1	5,7	-4,1
Udine	-3,1	24,7	-1,9	1,0
Gorizia	8,0	3,4	-5,7	3,4
Pordenone	3,1	2,2	-1,2	1,3
FVG	-2,6	14,0	-0,7	0,1
Nord Est	-2,4	-0,6	0,2	-0,8
Italia	-0,3	0,8	2,4	1,5

Fonte: segnalazioni di vigilanza; cfr. nelle Note metodologiche. Rapporti annuali regionali sul 2024 la voce Prestiti bancari.
(1) Dati a dicembre 2023. – (2) Il totale include anche i settori primario ed estrattivo, la fornitura di energia elettrica, gas e acqua e le attività economiche non classificate o non classificabili.

Fonte: Banca d'Italia. L'aggiornamento dei dati a livello settoriale arriva fino a dicembre 2025 per questioni legate al passaggio al nuovo codice ATECO nelle segnalazioni.

SONO STATI 447 GLI EVENTI AFFIDATI A 694 PROTAGONISTI

PORDENONELEGGE, IL SIGILLO DI MATTARELLA

EDIZIONE DA OLTRE 160 MILA PRESENZE SUGGELLATA DALL'INTERVENTO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA E DAL CONCERTO PER L'ITALIA DEL VOLO

Doveva essere un'edizione speciale, la numero 27 di pordenonelegge inaugurata dallo scrittore e saggista **Salman Rushdie**, suggellata dall'intervento del Presidente della Repubblica Italiana **Sergio Mattarella** e dal Concerto per l'Italia del Volo: è stata, in effetti, un'edizione straordinaria, in una città brulicante di gente e di libri, di voci e di eventi, di autori, autrici, editori, di cittadini e cittadine in festa per il solo piacere di ascoltare e leggere le storie. «Un flusso costante di pubblico – ha spiegato il Presidente di Fondazione Pordenonelegge.it **Michelangelo Agrusti** – per un numero di incontri ben superiore a quello dell'edizione 2025, 447 eventi affidati a 694 protagonisti. Dati che ci permettono di stimare un'affluenza che supera la soglia di 160mila presenze registrata lo scorso anno. L'aspetto davvero rilevante del festival, tuttavia, è la sua capacità di farsi “vivo” interprete del ruolo di Festa del libro e della libertà: restare sull'uscio della storia, negli ultimi anni, ci ha permesso di fare della letteratura e dei libri l'osservatorio vigile sul nostro tempo. “Disseminando” ponti anche fra pensieri e voci antagoniste: perché ci si può e ci si deve ascoltare con rispetto, anche quando le posizioni sono diverse e lontane. La storia è passata in questi giorni da pordenonelegge, con figure eminenti dell'attualità: da **Vera Politkovskaja**, che ha ricordato al festival la madre **Anna Politkovskaja** nel ventennale dal suo brutale assassinio, all'ex premier francese **Manuel Valls**, allo scrittore **Salman Rushdie**. Un cartellone che ci proietta nel 2027 di Pordenone Capitale Italiana della Cultura, consegnando un plus straordinario al futuro culturale della città. Nel frattempo, dal 20 al 22 ottobre pordenonelegge chiuderà ufficialmente a Praga la sua 27ª edizione, con tre giorni di eventi nel cuore dell'Europa».

«I dati del festival parlano anche di 60 anteprime editoriali, che gli autori e autrici hanno regalato al festival, con le loro case editrici – ha spiegato il Direttore artistico di pordenonelegge **Gian Mario Villalta**, affiancato per la cura del programma da **Alberto Garlini** e **Valentina Gasparet**. E anche quest'anno il pubblico ha premiato il cartellone e i suoi protagonisti con una notevolissima circolazione dei libri. Non solo, il festival del “semina chi legge” ha sparso le sue idee con generosità, insieme a tante occasioni di incontro: il patrimonio culturale di pordenonelegge si proietta verso Pordenone 2027, perché è Capitale Italiana della Cultura quella che sa tramandare, rinnovare e far rigenerare la cultura».

Aggiunge la Direttrice di Fondazione Pordenonelegge.it

Michela Zin: «Pordenone è più bella in queste giornate e tutti i visitatori apprezzano in modo speciale la città. Siamo grati ad ogni ingranaggio della nostra macchina organizzativa, un team di cui sono spina dorsale i nostri splendidi 263 Angeli. Ma pordenonelegge guarda anche fuori dal perimetro cittadino: è già ai nastri di partenza il cartellone autunnale di Fuoricittà, una ulteriore “disseminazione” in 13 centri della provincia, progettato anche per le scuole del territorio. A fine festival anche la cerimonia di conferimento, da parte del Circolo della Stampa di Pordenone, dei



La cultura come esercizio di libertà, strumento di pensiero critico e responsabilità collettiva: è la visione delineata da **Michelangelo Agrusti**, Presidente della Fondazione Pordenonelegge.it, durante l'intero festival. Una prospettiva condivisa da **Giovanni Da Pozzo**, Presidente della Camera di commercio di Pordenone-Udine, che ha richiamato il valore della manifestazione per la crescita culturale, economica e sociale del territorio.

«La cultura non può limitarsi ad essere intrattenimento. La cultura deve tornare ad essere un esercizio di libertà», ha affermato Agrusti, chiarendo che la scelta di affiancare la parola libertà al nome del festival non rappresenta uno slogan, ma un'assunzione di responsabilità. In un tempo segnato da guerre, persecuzioni di scrittori e giornalisti, fragilità delle democrazie e trasformazioni



Il Presidente della Repubblica Italiana, Sergio Mattarella e il presidente di Fondazione Pordenonelegge.it Michelangelo Agrusti

titoli di Soci Onorari al Presidente di Fondazione Pordenonelegge.it Michelangelo Agrusti e alla Direttrice Michela Zin, al Direttore artistico del festival Gian Mario Villalta e ai curatori Valentina Gasparet e Alberto Garlini.

I COMMENTI

«IL LIBRO COME STRUMENTO PER INTERROGARE LA REALTÀ»

legate all'intelligenza artificiale, il libro diventa uno strumento per interrogare la realtà e sviluppare un'autonoma capacità di giudizio. «Un libro non è mai soltanto un libro. È una domanda, un dubbio, una voce che può attraversare un confine».

Per Agrusti, pordenonelegge è anche uno spazio di incontro e condivisione, capace di contrastare l'isolamento individuale e mantenere aperto il confronto sui problemi della società. Un impegno che ha trovato espressione nella presenza dei rappresentanti dei lavoratori Electrolux alla cerimonia inaugurale, richiamando il legame tra libertà, cultura e difesa del lavoro.

Da Pozzo ha espresso la piena solidarietà del mondo economico e del sistema camerale ai dipendenti Electrolux, ribadendo il ruolo del festival come patrimonio condiviso del territorio. Dalla sua nascita come fiera del libro alla dimensione internazionale raggiunta, pordenonelegge ha contribuito a rafforzare l'identità, l'attrattività e la coesione sociale della comunità.

Un percorso che guarda a Pordenone Capitale italiana della cultura 2027, per Agrusti non un traguardo, ma una responsabilità. «I libri non ci dicono cosa dobbiamo pensare. Ci ricordano che siamo liberi di pensare».

NON SOLO ENOGASTRONOMIA MA ANCHE SPORT E SOCIALITÀ

FRIULI DOC, UN FESTIVAL SEMPRE PIÙ POLICENTRICO

Un festival sempre più diffuso che va oltre la dimensione enogastronomica per offrire un'esperienza di alta qualità, fatta di cultura, musica, sport, spettacolo, socialità e innovazione.

La 32ª edizione di Friuli Doc si è chiusa domenica 13 settembre con un bilancio che conferma la tenuta, e in alcuni casi la crescita, della manifestazione enogastronomica più partecipata della regione: ha richiamato folle nelle piazze del centro storico di Udine, ma anche al parco Moretti e in piazza Primo Maggio, segno di una formula ormai stabilmente “diffusa” sul territorio cittadino.

I dati raccontano un'affluenza sostenuta: al Castello, vetrina storica del collinare, sono state servite circa 4.500 porzioni di frico, oltre 2 quintali e mezzo di carne di toro e 2.000

porzioni di costa. Nel tarvisiano oltre 3.000 porzioni di frico, mentre a Carpacco e Zompicchia si sono superate le 4.000 porzioni tra frico e spezzatino di cinghiale. Boom anche per i gadget del Comune, con circa 400 magliette vendute. Non solo food: il Villaggio dello Sport, Friuli Dog (200 partecipanti con i loro cani) e la prima Fiera degli Amari hanno ampliato il pubblico dell'evento, mentre l'asta benefica dei formaggi di malga ha raccolto quasi 2mila euro.

«Un festival sempre più policentrico, capace di parlare a pubblici diversi e coinvolgere tutta Udine», ha commentato il vicesindaco **Alessandro Venanzi**, sottolineando le ricadute economiche che si estendono ben oltre i confini cittadini, coinvolgendo produttori e imprese di tutta la regione.

Un risultato reso possibile anche dal sostegno di CCIAA Pordenone-Udine, che conferma il proprio ruolo di partner istituzionale nella promozione delle eccellenze agroalimentari del territorio, elemento chiave per la tenuta economica di un evento che genera indotto su tutta la filiera regionale. «Friuli Doc nasce e si svolge a Udine, ma quello che porta in città arriva da tutto il Friuli Venezia Giulia: produttori, imprese, cooperative, associazioni, realtà culturali e sportive, amministrazioni e comunità».

Francesca Gatti



DAL 2 AL 5 E DAL 9 AL 12 OTTOBRE

TORNANO CASA MODERNA E SAPERI & SAPORI FVG

Un'alleanza strategica tra manifattura, design e terziario, food & drink per raccontare l'evoluzione dello stile di vita e della qualità dell'abitare in Fvg. La Camera di Commercio di Pordenone-Udine conferma il proprio convinto sostegno a Casa Moderna e a Saperi & Sapori FVG, il doppio appuntamento fieristico in programma al quartiere di Udine Fiere nel weekend dal 2 al 5 e dal 9 al 12 ottobre 2026. Scelta di presenza e accompagnamento che si rinnova nel segno di un percorso di trasformazione avviato negli ultimi anni, capace di sviluppare il tradizionale momento espositivo in un vero e proprio ecosistema integrato.

La Cciao Pn-Ud sarà presente in Saperi & sapori Fvg anche con uno stand istituzionale, che quest'anno sarà dedicato in particolare alla presentazione del progetto Malvasia senza confini, lanciato ufficialmente nel maggio scorso a Venezia e che a metà ottobre, a Matera, sarà oggetto di un accordo di collaborazione fra tante Camere di Commercio italiane dove questo storico vitigno e inconfondibile vino è di casa, essendo in grado di collegare numerosissimi territori dell'intero Paese e anche altri del Mediterraneo.

La nuova edizione di Casa Moderna punta a consolidare e migliorare i risultati raggiunti ampliando contenuti, relazioni e opportunità per

espositori e visitatori, articolandosi attorno ai grandi temi dell'innovazione, del risparmio energetico, della sicurezza e dell'economia circolare. A questa dimensione si affianca la sinergia strategica con Saperi & Sapori Fvg, che valorizza le eccellenze dell'artigianato artistico, della moda e della tradizione enogastronomica marchiate “Io Sono Friuli Venezia Giulia”.



Il format nasce da un'ampia collaborazione che vede l'ente camerale schierato al fianco di Regione, Udine Esposizioni, associazioni artigiane e fondazioni di settore per promuovere la qualità complessiva del territorio.

IN UN MONDO SOMMERSO DA INFORMAZIONI OCCORRE DOTARSI DI STRUMENTI PER INTERPRETARLE

«LA CULTURA CI PROTEGGE DALLA DITTATURA DELL'ULTIMA NOTIZIA»

INTERVISTA AL GIORNALISTA RAMPINI OSPITE A PORDENONELEGGE CON IL SUO LIBRO “PANE E CANNONI”:
“LA GEOECONOMIA È DIVENTATA UN’ARMA POLITICA”

» MARCO BALLICO

In una fase in cui «siamo sommersi da informazioni e poveri di strumenti per interpretarle, la cultura serve soprattutto a collegare ciò che accade oggi con la storia», spiega il giornalista e scrittore **Federico Rampini**, ospite a pordenonelegge con il suo “Pane e cannoni” (Mondadori). «Molte novità che ci sorprendono – prosegue – hanno precedenti antichi: guerre commerciali, sanzioni, lotte per le risorse, imperi che sorgono e declinano. La cultura non offre una sfera di cristallo, ma ci protegge dalla dittatura dell’ultima notizia».

Nel libro racconta la fine dell’illusione di una globalizzazione pacifica e l’avvento della geoeconomia. Qual è stato il momento in cui questo modello ha iniziato a mostrare le sue crepe e quali sono oggi le nuove regole del confronto tra le potenze?

La crisi del 2008 fu una prima frattura. Poi vennero l’ascesa della Cina di Xi Jinping, il primo Trump, il Covid, l’invasione russa dell’Ucraina. Abbiamo scoperto che l’interdipendenza economica non rende necessariamente il mondo più pacifico: può diventare un’arma. Le nuove regole assomigliano per certi versi a quelle antiche. Le grandi potenze vogliono controllare tecnologie, energia, rotte commerciali, materie prime e catene produttive. La sicurezza nazionale torna a prevalere sull’efficienza economica.

Dazi, sanzioni, semiconduttori, intelligenza artificiale e materie prime critiche: l’economia è diventata uno strumento di pressione geopolitica? Sì, ed è il cuore di “Pane e cannoni”. La geoeconomia è l’uso degli strumenti economici per obiettivi di potenza. Gli Stati Uniti controllano tecnologie cruciali e finanza; la Cina domina molte filiere industriali e materie prime critiche. I dazi sono armi, così come le sanzioni finanzia-

rie, i controlli sull’export dei chip o le restrizioni sulle terre rare. Perfino l’intelligenza artificiale è ormai un terreno di competizione strategica. Economia e sicurezza nazionale non possono più essere separate.

L’Occidente ha ancora la possibilità di dettare le regole del nuovo ordine mondiale o deve prepararsi a un equilibrio deciso da altre potenze?

L’Occidente non può più dettare da solo le regole, ma è prematuro celebrarne il tramonto. Gli Stati Uniti in particolare restano potentissimi per ricchezza, tecnologia, università, finanza, alleanze militari. La vera novità è che devono competere per conquistare consenso nel resto del mondo. Cina, India e altre potenze emergenti hanno acquistato un peso enorme. Non siamo entrati in un mondo post-occidentale: siamo entrati in un mondo più affollato.

Che svolta si aspetta dalle elezioni di midterm?

Oggi i repubblicani arrivano al voto del 3 novembre in difficoltà. Il partito del presidente quasi sempre perde seggi a metà mandato e l’impopolarità di Trump accentua questa tendenza. I democratici hanno buone possibilità di riconquistare la Camera e perfino il Senato è diventato

contendibile. Se perdessero almeno una Camera, per Trump comincerebbe una seconda fase molto diversa: maggiore paralisi legislativa, inchieste parlamentari, scontro permanente con il Congresso, taglio di fondi anche al Pentagono per la guerra in Iran. Sarà anche l’inizio della battaglia per il 2028. E lì le domande decisive diventano due. A destra,

«MOLTE NOVITÀ CHE CI SORPRENDONO HANNO PRECEDENTI ANTICHI: GUERRE COMMERCIALI, SANZIONI, LOTTE PER LE RISORSE, IMPERI CHE SORGONO E DECLINANO»

dopo Trump, che cosa resterà del trumpismo? I democratici lasceranno che l’avanzata dell’ala socialista metta a repentaglio la riconquista della Casa Bianca?

LA RUBRICA ETICA&ECONOMIA

IL VALORE ETICO DEL DIALOGO INTERNAZIONALE

La cultura ha un valore fondamentale nella costruzione di una società più consapevole e maggiormente basata su valori etici, soprattutto in un momento storico segnato da profonde trasformazioni e da scenari internazionali sempre più complessi, delicati e caratterizzati da un’incertezza che potrebbe portare qualcuno a pensieri e scelte non adeguati né favorevoli a un rispettoso e operoso benessere comune. Eventi come Pordenonelegge e gli Open Dialogues della Camera di Commercio di Pordenone-Udine rappresentano, in questo senso, importanti occasioni di trasmissione del sapere e della conoscenza. Non sono semplicemente appuntamenti culturali, ma luoghi di confronto nei quali è possibile approfondire i grandi temi del nostro tempo, comprendere dinamiche geopolitiche ed economiche difficili e sviluppare una maggiore capacità di interpretare la realtà. Rappresentano alternative progettuali di livello in un mondo che sembra correre sempre di più verso futuri ai più sconosciuti e decisamente anche preoccupanti. Investire nella cultura significa quindi investire nella conoscenza e nella capacità di una comunità di affrontare il futuro.

Un esempio di estrema attualità è quello legato all’intelligenza artificiale (IA). Un sistema di IA può produrre risposte convincenti, ma sbagliate, soprattutto quando mancano dati affidabili o il problema è ambiguo. Occorre capire che se i dati usati per addestrare un modello riflettono pregiudizi presenti nella società, l’IA può riprodurli o amplificarli, per esempio nelle selezioni del personale o nella concessione di finanziamenti. I sistemi di IA possono trattare grandi quantità di dati personali. Un uso scorretto può portare a sorveglianza, profilazione o divulgazione di informazioni sensibili, ma anche a disinformazione, deepfake, immagini sintetiche e testi generati automaticamente che possono rendere più difficile distinguere contenuti autentici da contenuti falsi. I rischi a lungo termine sono quelli di sistemi sempre più autonomi e potenti che potrebbero diventare difficili da controllare e anche produrre conseguenze non previste. Ecco su temi come questo il confronto internazionale è decisivo per farsi idee proprie a ragion veduta e assumere magari azioni tendenti a richiedere correttivi.

Daniele Damele



Federico Rampini con lo scrittore e saggista Salman Rushdie

SETTIMA EDIZIONE DAL 2 AL 4 OTTOBRE

ARTANDFOOD, VIAGGIO ALLA RICERCA DELLE “ARTI DELLA TAVOLA”

Il festival Pordenone Artandfood si dedica a “Polverizzazioni e macinature” per la sua VII edizione in agenda dal 2 al 4 ottobre 2026, un viaggio sensoriale alla ricerca delle migliori espressioni delle “arti della tavola” utilizzando una tecnica che diventa gioco creativo e sinonimo di precisione, visione, genialità. Promosso dalla Camera di Commercio di Pordenone-Udine tramite attraverso la società consortile TEF - Territorio Economia Futuro con il marchio PordenonewithLove, il festival è realizzato grazie al sostegno della Regione Friuli Venezia Giulia con #iosonofriuliveneziaigiulia e con il patrocinio del Comune di Pordenone e della Fondazione Friuli, distinguendosi come elegante vetrina di promozione delle eccellenze del Friuli Occidentale, intese in prodotti, innovazione e professionalità. E nondimeno, come “ambasciatore” della Città prossima Capitale Italiana della Cultura, a confronto con titolate presenze da Francia, Slovenia, Danimarca e Svizzera: tra queste lo chef Stella Michelin **Pierre Caillet** dalla Normandia e gli chef **Janez** e **Tomaž Bratovž**, una vera istituzione a Lubiana con il loro JB Restaurant. Confermato, con qualche novità, il palinsesto di degustazioni, convegni e workshop nei Palazzi nobili del centro storico, che coinvolgerà



anche i bambini “pasticcieri del futuro” e gli studenti delle scuole di settore del territorio. Per il percorso di cucina a più mani “Punti di vista” si annuncia intrigante la presenza di tre maestri assoluti della tradizione gourmet italiana: **Fabio Tacchella**, geniale sperimentatore, **Sergio Mei**, già direttore dei più titolati ristoranti Four Seasons nel mondo, e **Giorgio Nardelli**, chef e riconosciuto maestro. E poi la “Seduzione vegetale” intorno a ricette ma anche abbinamenti di bevande tutte da scoprire, come quelle realizzate a base di frutti ed erbe dall’Azienda MaGiKa Likido di Tarvisio, sotto la guida di **Gegam Kazaris**, mixologist di fama internazionale. E naturalmente l’alta pasticceria delle “Sweet Masterclass”, ospite speciale il Pastry Chef emiliano Valter Tagliazucchi con le sue delizie di “Giamberlano”, e le degustazioni vinicole, che quest’anno privilegiano “l’arte del pairing”, partendo da piatti dedicati al tema del festival per affinare i vari abbinamenti enologici. Ospite d’onore per l’inaugurazione sarà **Margherita Granbassi**, campionessa di scherma dallo straordinario palmarès e oggi popolare volto della tv, dove è co-conduttrice della puntata domenicale di “Linea Verde”. Info e prenotazioni: www.pordenonewithlove.it

ANTEPRIMA IL 26 E 29 OTTOBRE

IL DOCUFILM SUL “MODELLO FRIULI”

Nell’ambito delle commemorazioni per il 50° anniversario del Terremoto, anche la Camera di Commercio Pordenone-Udine dà il suo contributo, con uno speciale docufilm prodotto insieme a Sky. L’opera sarà svelata al pubblico in due eventi a Udine e Pordenone, il 26 e il 29 ottobre. Lontana dalla retorica e nel pieno spirito resiliente del popolo friulano, la pellicola adotta un taglio narrativo incentrato sulla tenacia del tessuto economico. Il racconto ripercorre il celebre adagio “prima le fabbriche, poi le case, poi le chiese”, mostrando come la ricostruzione abbia trasformato la tragedia nel volano della modernizzazione regionale. Il fulcro dell’opera è il primato delle imprese: da grandi realtà industriali a vicende emblematiche di rinascita quotidiana, di piccole e piccolissime realtà imprenditoriali, nate proprio nel periodo del terremoto e ancora oggi attive. Il docufilm testimonia anche l’azione concreta della Camera di Commercio durante l’emergenza – tra aiuti per i beni di prima necessità e stime tempestive dei danni – e il riscatto culturale culminato con la nascita dell’Università di Udine. Un racconto a ritroso che dimostra come il “Modello Friuli” abbia fondato la regione innovativa e aperta al mondo di oggi e di domani.

LA VITICOLTURA REGIONALE DIMOSTRA DI AVERE TECNICA E ATTREZZATURA PER AFFRONTARE OGNI COMPLESSITÀ

VENDEMMIA, PIÙ QUALITÀ NONOSTANTE IL GRAN CALDO

LE ALTE TEMPERATURE HANNO ASSICURATO ACINI CORPOSI E UVA CON OTTIME CARATTERISTICHE, MA C'È ANCHE CHI HA DOVUTO RICORRERE ALL'IRRIGAZIONE DI SOCCORSO

» ANTONELLA LANFRIT

A vendemmia ormai conclusa, e cominciata da una settimana a dieci giorni prima del consueto, su un punto tutti i viticoltori del Friuli Venezia Giulia si trovano concordi: una stagione di qualità decisamente alta, in alcuni casi addirittura da incorniciare. Le alte temperature e la poca pioggia hanno originato diverse criticità, ma assicurato acini corposi e uva con ottime caratteristiche per zucchero e acidità. L'unisono, però, si ferma qui. Perché lo spartiacque per leggere dalla vigna il 2026 è dato dalla presenza o meno dell'irrigazione. I vigneti che ne hanno usufruito hanno sofferto un po' ma non vi sono state importanti conseguenze; quelli che non hanno ancora questa opportunità hanno registrato una significativa riduzione della produzione. In alcuni casi sono stati tagliati i grappoli ancora acerbi per permettere alla vite di sopravvivere.

«Ho all'attivo 35 anni di vendemmia e non ho mai visto le viti perdere le foglie a causa della siccità», racconta **Alberto d'Attimis Maniago**, 76 ettari di vigneti tutti nei Colli Orientali, due dei quali con viti impiantate nel 2025. «Per farle sopravvivere, per due mesi 3 persone hanno portato acqua a mano per nove ore al giorno», aggiunge per far capire la straordinarietà climatica subita. «I bacini di raccolta funzionano, ma come irrigazione di soccorso, perché in assenza di pioggia non garantiscono continuità d'acqua – spiega –. La soluzione sta nei pozzi e, finché non l'avrò realizzato, non investirò in nuovi vigneti. È questa la sfida da vincere, perché per il resto, la viticoltura regionale ha tecnica e attrezzatura per affrontare ogni complessità».

Un'estate «difficile», anche a Adegliacco, dove l'azienda agricola di **Marco Tonutti** gestisce 7 ettari vitati ed 80 a seminativo. Tuttavia, l'imprenditore è positivo: «Il clima dà problemi, ma non sono impossibili da affrontare almeno dove c'è l'irrigazione. Noi abbiamo



Marco Tonutti



Deborah Gelisi



Antonio Zuliani



Alberto d'Attimis Maniago

utilizzato quella di soccorso, la qualità dell'uva è ottima, sebbene la produzione sia indubbiamente calata». Da gestire, però, oltre alla scarsità d'acqua ci sono le alte temperature. «Vendemiavamo dalle 6 alle 12, ma alle 10 del mattino gli acini avevano già 26 gradi. Troppi». Nei vigneti friulani dove la cimatura era d'obbligo, «d'ora in poi dovrà essere più cauta, per dare un riparo naturale all'uva». In ogni caso, Tonutti guarda il bicchiere mezzo pieno: «Più qualità e qualche chance in più per ottimi vini rossi in una terra vocata ai bianchi».

Chiude la vendemmia con «un bilancio più che positivo» a San Quirino **Deborah Gelisi**, terza generazione del «Podere Gelisi». Confessa, però, «di aver irrigato 13 volte quest'anno a fronte delle 4-5 che mio padre ricorda di aver attuato nelle annate più siccitose». A salvare la produzione nell'area pordenonese «un'irrigazione su cui il Consorzio di bonifica negli anni ha molto investito», riconosce l'imprenditrice, permettendo addirittura una duplice forma d'irrigazione: «Quella a goccia nel terreno e quella sovra-chioma, per abbassare la temperatura alle piante», specifica. Il mix ha permesso «un'uva sana, dai parametri chimici ottimi», raccolta in una ventina di giorni anziché nel canonico mese e mezzo, nonostante i 25 ettari vitati.

È riuscita a «confermare la quantità dello scorso anno con una qualità da incorniciare» la Cantina cooperativa di Rauscedo, con 2mila ettari tra vigneti irrigati tra Aviano e Palazzolo dello Stella. «Personale tecnico altamente qualificato e dotazione tecnologica sono fondamentali oggi non solo per reggere sui mercati ma soprattutto per affrontare stagioni come quella che abbiamo vissuto», spiega il presidente **Antonio Zuliani**, che attribuisce proprio «alle conoscenze interne alla Cantina, alla continua ricerca e a un monitoraggio particolareggiato dei territori per interventi specifici e mirati», il successo dell'annata.

RESISTENZA E INNOVAZIONE PER PRESERVARE IL SETTORE AGRICOLO

L'ACQUA SCARSEGGIA? «SI PROCEDA CON GLI INVASI PER LA RACCOLTA»

A RISCHIO LE “VECCHIE” COLTURE. ABBANDONARLE SIGNIFICHEREBBE DIVENTARE DIPENDENTI DALL'ESTERO E METTERE A RISCHIO ECCELLENZE PRODUTTIVE

Le associazioni di categoria degli imprenditori agricoli del Friuli Venezia Giulia, da Coldiretti a Confagricoltura, guardano alle stagioni infuocate e aride che la regione deve affrontare e intrecciano un mix di resistenza e innovazione per progettare il futuro del comparto primario regionale.

Resistenza, perché non è pensabile abbandonare completamente colture storiche – in particolare nei seminativi – che sono anelli determinanti di filiere d'eccellenza; innovazione, sia perché la ricerca dovrà dare piante più resistenti al caldo sia perché, introducendo nuove colture, bisognerà pensare a costruire filiere locali affinché il lavoro agricolo sia sostenibile.

Il presidente di Coldiretti Fvg, **Martin Figelj**, è categorico sulla «necessità di preservare una certa storicità produttiva, in particolare nei seminativi». E precisa: «Non possiamo permetterci di perdere, per esempio, la produzione cerealicola».

Non nasconde che l'estate 2026 ha prodotto importanti perdite nel settore, in particolare nel Medio Friuli, e assicura che c'è un'interlocuzione con la Regione per giungere a indennizzi. «Se perdiamo questa produzione, mettiamo a rischio le nostre filiere d'eccellenza, da quella che produce il Montasio a quella del Prosciutto di San Daniele», spiega.

L'obiettivo è «di scongiurare l'eventualità che gli agricoltori decidano di non seminare, costretti a fare i conti con altissimi costi per fertilizzanti, carburante ed energia e raccolti persi». Figelj per questo auspica un sostegno convinto al settore primario e guarda



Martin Figelj
presidente Coldiretti Fvg

con fiducia alla Regione che «conosce i problemi e condivide la visione di un comparto che deve salvaguardare le sue peculiarità». Da Confagricoltura Fvg si conferma il “no” all'abbandono delle colture che hanno fatto la storia recente dell'agricoltura friulana, come il mais. «Abbandonarlo significherebbe diventare dipendenti dall'estero», afferma il direttore **Umberto Daneluzzi**. Inoltre, «ne andrebbe di alcune filiere importantissime, come quella del prosciutto Dop, che ha nel suo disciplinare un riferimento alla produzione locale».

Perciò, la parola d'ordine è lavorare per salvaguardare ciò che c'è. Anche se, ovviamente, tanto Figelj quanto Daneluzzi prevedono il potenziamento di colture già presenti, come l'orzo per uso alimentare o i piccoli frutti, con l'attenzione alla costruzione di un contesto che renda favorevoli queste scelte.

Attesi i risultati delle coltivazioni sotto gli impianti dell'agrilvoltaico, come quello installato a Chiopris Viscone, e le innovazioni che potranno arrivare dalle Tea, le Tecnologie di evoluzione assistita, per piante sempre più resistenti. Ma com'è possibile

salvaguardare e innovare se l'acqua scarseggia? «Occorre procedere con gli invasi per la raccolta – sostiene il direttore Daneluzzi –. Rispondono a un beneficio collettivo e non solo per l'agricoltura. La quantità d'acqua complessiva non è diminuita, è cambiata la frequenza». Il presidente di Coldiretti aggiunge la possibilità «di ripensare la distribuzione d'acqua tra imprese e agricoltura».

A.L.



Umberto Daneluzzi
direttore Confagricoltura

IL REPORT SULLA VITICOLTURA

OLTRE TRENTAMILA ETTARI DI VIGNETO

In Friuli Venezia Giulia, secondo un report aggiornato di Confagricoltura Fvg, di Confagricoltura Fvg, la Sau, cioè la superficie agricola utilizzata investita a vigneto è pari a circa 32mila ettari, per la quasi totalità ricompresi nelle zone Doc/Igt. Sono interessate circa 9mila imprese, che costituiscono oltre un terzo delle imprese agricole in attività. La superficie media di vigneto per azienda è di circa 2,5 ettari. Il comparto contribuisce per quasi il 15 % alla Plv agricola regionale, cioè la Produzione lorda vendibile.

I vigneti sono collocati per circa 38-40% in pianura, che registra la maggiore concentrazione quantitativa di ettari. La collina ospita, con il 19-20% del vitato, le vigne d'eccellenza qualitativa, concentrati sul confine orientale, con le aree Collio e Friuli Colli Orientali.

I vitigni a bacca bianca dominano la produzione con circa il 60% della superficie complessiva, lasciando il restante 40% ai vitigni a bacca nera. Il Pinot Grigio è la varietà più coltivata in assoluta, coprendo circa il 25% degli ettari totali; il Merlot rappresenta il vitigno a bacca nera principale con il 15% delle superfici. La Glera (cioè il Prosecco) occupa un'estensione rilevante, guidata dall'espansione della Doc Prosecco interregionale. Le varietà internazionali - Chardonnay, Sauvignon, Cabernet Franc - si attestano ciascuna intorno al 7% della superficie vitata. I vitigni autoctoni, con le varietà di pregio come Friulano (ex Tocai), Ribolla Gialla, Refosco dal Peduncolo Rosso e Schioppettino occupano quote storiche e strategiche.

In Friuli Venezia Giulia, le giacenze di vino tra il 2020 e il 2026 hanno registrato un andamento fortemente legato alle oscillazioni delle vendemmie e ai mercati internazionali, mantenendosi mediamente stabili tra 1,3 e 2,1 milioni di ettolitri a seconda del periodo dell'anno. A metà 2026 la quota era di circa 1,65 milioni di ettolitri. La domanda interna anche a livello regionale, analizza Confagricoltura Fvg, non è più un motore di crescita dei volumi.

A.L.



LA RUBRICA DEDICATA AI VOLTI IMPRENDITORIALI DAL PROFILO INSTAGRAM DELLA CAMERA DI COMMERCIO @CAMCOMPNUD

Foto di Laura Battel - Testi di Chiara Pippo

@AL.CEUDINE

AL.CE, RICERCA E ORIGINALITÀ... ALLA MODA

IN VIA CANCIANI A UDINE SI TROVANO PROPOSTE DI ABBIGLIAMENTO
ORIGINALI CON CAPI D'ISPIRAZIONE HERITAGE E VINTAGE,
CONFEZIONATI CON TESSUTI DI ALTA QUALITÀ

Si chiama Al.Ce ed è una storia recente ma densa, di nascite e rinascite. Le sue vetrine, da via Deganutti dove si trovavano all'inizio dell'avventura, si affacciano oggi sulla centralissima via Canciani, al civico 19, con una proposta di abbigliamento insolita e originale: capi d'ispirazione heritage e vintage, confezionati con tessuti di alta qualità. Al.Ce non è un negozio "per caso": chi entra, sa cosa sta cercando o vuole scoprire qualcosa di insolito, che sa di non trovare altrove. Il cuore è Fortela, brand iconico e impossibile da trovare in zona se non da Al.Ce. Ma non solo: ci sono altri marchi selezionati (implementati soprattutto dopo lo spostamento nella nuova sede), calzature e accessori, firme a cui se ne aggiungono sempre di nuove, con la stessa filosofia: autenticità, ricerca, originalità. Chiara è oggi l'anima di questo contenitore di ricerca e la trovate

sempre, nei weekend aiutata anche dal compagno Ivan. L'idea è nata proprio dalla passione per il marchio Fortela e per un certo modo di vestire, fatto di storia e dettagli. Così è partita l'attività, dopo lunghe valutazioni, verifiche, carte da firmare. E una vita che corre, tra altri lavori (Chiara è anche titolare di un'agenzia di distribuzione di occhiali) e la vita da mamma.

«Ora stiamo ricevendo i riscontri che attendevamo», ci dice Chiara, raccontandoci che, dopo un inizio promettente, l'attività ha dovuto superare un periodo complesso. «Giorno per giorno, abbiamo analizzato che cosa funzionava e che cosa no: è stato un processo utile e ci riproponiamo oggi in questa nuova veste continuando a credere nel negozio fisico – dice Chiara –, convinti sia tra i presidi fondamentali per animare la città». Un invito a chi fa impresa, ad



Chiara Grazioli

avere fiducia e non demoralizzarsi, ma anzi dalle difficoltà trovare la forza di sistemare ciò che non va e ripartire con positività e consapevolezza.

Chiara non ha infatti perso l'entusiasmo: «Per il futuro? Vogliamo farci conoscere sempre più, anche con il nuovo sito web che ci consente di ampliare anche online le nostre vendite, e costruire una clientela che condivida questa grande passione».



Paolo Ganis

In un mondo in cui l'aria pulita non è così scontata da trovare e il cibo sprecato è purtroppo un'abitudine, Paolo Ganis ha scelto di affrontare entrambi i problemi armato di tecnologie, design e intraprendenza.

Oggi è Ceo di @vitesy scale-up pordenonese nata nel 2016. Dall'idea di un purificatore naturale, ispirato al funzionamento delle piante, Paolo e i suoi soci – Alessio D'Andrea e Vincenzo Vitiello,

@VITESY

SOLUZIONI SMART PER COMBATTERE GLI SPRECHI

VITESY, LA SCALE-UP PORDENONESE HA IDEATO UNA LINEA DI
DISPOSITIVI INTELLIGENTI PER PURIFICARE L'ARIA E INCREMENTARE
LA FRESCHEZZA DEGLI ALIMENTI. ED È BOOM NEGLI USA

compagni di avventura con solidi percorsi di formazione scientifica al Politecnico di Milano – hanno creato una linea di dispositivi intelligenti, ma anche belli ed eleganti, che usano nanomateriali riattivabili con un semplice risciacquo.

Niente filtri da cambiare: meno sprechi, più sostenibilità. Sono tutti smart e connessi a un'app che monitora abitudini e consumi. E in arrivo ci sono anche versioni "light", pensate per coprire diverse fasce di mercato. Tutto è cominciato con un vaso, e non certo un vaso qualunque: Natade, purificatore d'aria inconfondibile, perfetto per tutti gli ambienti. Da lì, l'innovazione è entrata letteralmente dentro il frigorifero. Ecco Shelfy, piccolo dispositivo che prolunga la vita degli alimenti e combatte lo spreco riducendo odori, batteri e gas etilene.

Oggi l'azienda è in piena espansione tra Italia e Stati Uniti, dove

proprio Shelfy è finito in cima alla classifica dei "tech gifts" consigliati dalla Cbs. Il boom negli States è arrivato anche grazie al Ces di Las Vegas, l'evento dedicato all'innovazione e al tech più prestigioso e celebre al mondo, a cui la scale-up friulana ha preso parte. Oggi in Vitesy sono entrati anche Cassa Depositi e Prestiti, Mediaset e altri importanti investitori: un crescendo costante. Il team conta 25 persone, tra ingegneri, sviluppatori, marketer.

Se gli chiedi che cosa consiglierebbe a giovani che decidono di mettersi in gioco aprendo un'azienda, @paologanis risponde che «ogni esperienza, anche negativa, mi ha insegnato qualcosa». Per questo, il suo consiglio è buttarsi, studiare, imparare. Perché in Italia, dice, «dove il successo è spesso criticato e il fallimento stigmatizzato, costruire impresa resta un atto di coraggio. Ma anche di libertà».

@LABOTTEGA.RAVEO

LA BOTTEGA, IL PRESIDIO SOCIALE DI RAVEO

NEL PICCOLO COMUNE CARNICO QUATTRO COMPAESANI HANNO DATO
VITA ALLA COOPERATIVA RIGENERAZIONE DA CUI È SORTO NUOVAMENTE
UN NEGOZIO DI ALIMENTARI, OGGI DIVENTATO CENTRO DI RELAZIONI

A Raveo, comune carnico che conta meno di 500 abitanti, l'ultimo negozio di alimentari aveva abbassato la serranda. Mancava il pane, ma anche una "scusa" per incontrarsi. E in un paese di montagna, si sa, il confine tra vivere e sopravvivere passa anche per una porta con la scritta "aperto". Così è nata RigenAzione: quattro compaesani (Giuliano è il presidente) con esperienze diverse e una convinzione comune. Che un negozio può essere molto più di un posto in cui fare la spesa. «È un presidio sociale, un centro di relazioni, un motivo per restare e stare bene», ci dice Giuliano, il cui padre era originario proprio di Raveo, dove lui ha deciso di tornare a vivere e avviare questa bella avventura.

Il locale scelto non è casuale: l'ex emporio, accanto all'osteria del paese, dove ricostruire un polo di socialità come una volta. Il

nome? La Bottega: immediato, accogliente. Qui Chiara Donada è la responsabile e propone prodotti di prima necessità ma anche una selezione accurata di specialità locali – salumi di Paluzza, formaggi, mieli – scelti con attenzione e conoscenza diretta dei produttori. L'allestimento è stato realizzato a mano, durante l'estate, per restituire al paese uno spazio bello, utile e ospitale.

RigenAzione era nata inizialmente come progetto culturale: oggi è una cooperativa a tutti gli effetti, ma conserva intatto lo spirito originario. L'obiettivo è infatti costruire legami. Forti dell'esperienza di Chiara e Giuliano nel mondo del teatro (in RigenAzione con loro ci sono anche il vicesindaco di Raveo Gabriele Vriz e il proprietario del locale Andrea Bonanni), si lavora per il medio-lungo termine, per offrire un punto di riferimento anche a livello



Giuliano Bonanni

turistico, specialmente a chi torna d'estate, per ridare un centro a una comunità che così non rischia di smarrirsi.

Nei prossimi mesi, accanto ai prodotti locali, sono perciò in programma eventi, degustazioni, incontri culturali. Perché la prossimità è una questione di cura continua, non solo di presenza e vicinanza fisica. E a Raveo c'è chi ha scelto di farsene carico con senso di responsabilità, determinazione e inesauribile entusiasmo.

LA LIBRERIA DI PORDENONE CAMBIA INSEGNA, NON ANIMA

AL SEGNO RIPARTE CON LIBRERIE.COOP

IL NUOVO CORSO CONSERVA L'ASSORTIMENTO, DALLA NARRATIVA ALLA POESIA, DAI SAGGI AI LIBRI PER BAMBINI E RAGAZZI, ARRICCHENDOLO CON PROPOSTE COME YOUNG ADULT E ROMANCE



Cambia l'insegna, ma non la voglia di mettere i libri e le persone al centro della città. È stata inaugurata a metà settembre, nell'ambito di pordenonelegge, la Librerie.coop al Segno, nata dal passaggio della storica libreria Al Segno a Librerie.coop, catena indipendente di proprietà di Coop Alleanza 3.0. Un'operazione che garantisce continuità a un presidio culturale.

L'inaugurazione arriva un anno dopo quella della Libreria Friuli di Udine e rafforza la presenza in regione. «Abbiamo bisogno di modelli alternativi che sappiano salvaguardare l'identità culturale di un territorio – ha commentato la presidente di Legacoop Fvg, **Michela Vogrig** –. Investire in una libreria significa investire nelle persone e nella qualità culturale delle comunità. La scelta di mantenere viva una realtà storica dimostra quanto la cooperazione possa coniugare sostenibilità economica, attenzione al territorio e valore sociale».

Il passaggio di consegne ha mantenuto il nome Al Segno accanto all'insegna Librerie.coop, parte degli arredi, le professionalità e soprattutto lo spirito della libreria fondata nel 1978 da **Mauro Danelli**. Il nuovo corso conserva l'assortimento, dalla narrativa alla poesia, dai saggi ai libri per bambini e ragazzi, arricchendolo con proposte come young adult e romance, con giochi educativi, di società e cartoleria.

«Non è la prima volta che raccogliamo il testimone di una libreria storica radicata nella memoria di una città – spiega la direttrice

generale **Nicoletta Bencivenni** –. Vogliamo preservarne l'identità e arricchirla con un'ampia scelta di titoli e un programma di eventi culturali, sostenendo la vitalità del tessuto commerciale e garantendo alla comunità la continuità di un presidio culturale». Il taglio del nastro, al quale ha preso parte, insieme ad altre autorità, anche il presidente di Confindustria Alto Adriatico **Michelangelo Agrusti**, è stata voluta proprio in occasione di Pordenonelegge, appuntamento centrale per la città e per i lettori. Librerie.coop è da molti anni protagonista della manifestazione culturale in città, con la "Piazza piena di libri" e la Libreria della Poesia, confermando la vocazione a fare delle librerie luoghi vivi.

«Abbiamo sempre considerato le librerie una presenza essenziale nella vita delle comunità – afferma il presidente di Librerie.coop **Federico Parmegiani** –. La lettura promuove partecipazione culturale e consapevolezza sociale. L'apertura di Pordenone rappresenta un investimento sul territorio e una scelta coerente con i nostri valori». Soddisfazione anche da parte di Coop Alleanza 3.0. «In questo territorio la nostra Cooperativa conta migliaia di soci e socie, persone che ci danno fiducia e che meritano una proposta di qualità anche di tipo culturale», ricorda il presidente **Domenico Trombone**.



Al taglio del nastro ha preso parte, insieme ad altre autorità, anche il presidente di Confindustria Alto Adriatico Michelangelo Agrusti

UN MODELLO CHE HA MOSSO I PRIMI PASSI IN FVG

ALBERGHI DIFFUSI FVG, LA COOPERAZIONE CHE TIENE VIVI I BORGHI

FINO A NOVEMBRE, NOVE STRUTTURE PROPONGONO ESPERIENZE DEDICATE ALLA STORIA, ALLA NATURA, ALLA CULTURA E AL BENESSERE

Quando un intero borgo diventa luogo di ospitalità, case, persone, attività e servizi entrano a far parte dello stesso progetto. È qui che l'Albergo Diffuso incontra la cooperazione: nella capacità di unire risorse diverse e trasformarle in sviluppo, lavoro e nuove opportunità per le comunità locali.

Il Friuli Venezia Giulia è la terra in cui questo modello ha mosso i primi passi. A Maranzanis, frazione di Comeglians, nel 1977 nacque l'idea di Albergo Diffuso, destinata a diventare una formula originale di valorizzazione dei piccoli centri e del loro patrimonio abitativo.

La forma cooperativa interpreta pienamente questa visione: più soggetti condividono un progetto comune, mettendo in rete alloggi, competenze, servizi e attività economiche. L'ospitalità diventa così

una leva capace di generare valore diffuso, rafforzare le relazioni tra operatori e contribuire alla vitalità economica e sociale dei territori. «La cooperazione ha la capacità di far lavorare insieme risorse, persone e competenze che appartengono allo stesso territorio», sottolinea **Paolo Tonassi**, direttore di Confcooperative Alpe Adria. «L'Albergo Diffuso esprime molto bene questa forza: crea una rete tra operatori, valorizza il patrimonio esistente e permette alla comunità di partecipare direttamente alla costruzione dell'offerta



turistica. È un modello che produce economia e, allo stesso tempo, rafforza il legame con i luoghi».

Questa capacità di fare rete trova oggi una nuova occasione di racconto con "Borghi vivi, infinite storie – Eventi negli Alberghi Diffusi del Friuli Venezia Giulia", iniziativa che vede Confcooperative Alpe Adria tra i partner.

Fino a novembre, nove Alberghi Diffusi propongono esperienze dedicate alla storia, alla natura, alla cultura e al benessere. Dopo l'avvio del 22 agosto a Comeglians, il calendario coinvolge Vivaro, Valli del Natisone, Clauzetto, Polcenigo, Forgaria-Monte Prat, Paluzza, Socchieve e Sauris, con passeggiate, archeologia, tradizioni, laboratori ed esperienze legate al territorio.

Alla guida dell'Associazione regionale Alberghi Diffusi del Friuli

Venezia Giulia c'è **Renzo Carniello**, presidente dell'Albergo Diffuso di Sauris. Il percorso di "Borghi vivi, infinite storie" racconta così anche la forza di una rete regionale che parte dalle identità locali e le trasforma in occasioni di incontro, accoglienza e sviluppo.

Un'esperienza che conferma il valore della cooperazione nei piccoli centri: mettere insieme ciò che il territorio già possiede, farlo crescere attraverso una visione condivisa e trasformarlo in un progetto capace di creare valore e futuro per le comunità.

DES FRIÛL DI MIEÇ

DAL GRANO AL PANE, LA FILIERA CHE FA COMUNITÀ



Il pane può essere molto più di un semplice alimento. Può diventare punto di partenza per ricostruire legami, sostenere il lavoro agricolo e rafforzare le comunità rurali. È la scommessa della Cooperativa Agricola di Comunità Des Friûl di Mieç, realtà associata a Legacoop Fvg, che nel Medio Friuli ha trasformato una filiera locale in un progetto di economia solidale.

Tutto comincia nel 2015, quando i Comuni di Mereto di Tomba, Basiliano, Sedegliano e Flaibano sottoscrivono un patto per costruire una filiera locale, solidale e sostenibile. Nel dicembre 2016, nasce la cooperativa e il progetto cresce coinvolgendo produttori, panifici, piccole botteghe, associazioni e scuole. Nel 2022 viene inaugurato a Udine il Panificio di comunità Pan dal Des e nel 2026 Des Friûl di Mieç è diventata anche cooperativa sociale grazie al lavoro avviato nel carcere di Trieste, dove sta per partire una nuova produzione di biscotti e grissini.

Al centro ci sono il frumento e la sua trasformazione. Des coltiva diverse varietà di grano secondo i principi dell'agricoltura biologica e propone farine di tipo 2 e integrali macinate a pietra, per conservare le qualità nutritive del chicco.

«Abbiamo scelto di partire dal pane per ricostruire una filiera vicina al territorio e alle persone, valorizzando il lavoro di chi coltiva la terra – sottolinea il presidente **Tarcisio Bover** –. Qui il prodotto conta quanto la rete. Produttori e rivenditori vedono infatti riconosciuto il proprio lavoro, mentre cittadini e famiglie possono scegliere cibi sani e legati al territorio».



Ed è proprio questa capacità nel tenere insieme economia, ambiente e comunità a rappresentare, per Legacoop Fvg, il valore dell'esperienza. «Des dimostra come la cooperazione possa trasformare una filiera agricola in un progetto che promuove equità, garantendo un prezzo giusto a prodotti locali di qualità e partecipazione creando valore per l'intera comunità», osserva la presidente **Michela Vogrig**.

Il pane viene consegnato anche attraverso altri punti vendita oltre a quello di Udine, a partire dal Pan dal Des Possec, piccolo negozio di vicinato aperto da un anno a Pozzecco di Bertolo, dove vengono valorizzati anche altri produttori locali e buone pratiche del territorio.

Des racconta così un'idea concreta di economia di comunità. Filiere corte, collaborazione, sostenibilità e biodiversità diventano strumenti per custodire il territorio e rinsaldare il senso di appartenenza.

CRESCITA DEL 36% NEL 2025 E LA PREVISIONE DI UN ULTERIORE +26%

ESNL – 100% ESSENZIALE: LA NUOVA COLLEZIONE DI ARTENI

NOVANTACINQUE CAPI PER L'AUTUNNO-INVERNO, SONO IL RISULTATO
DI UN LAVORO CHE PARTE DALL'ASCOLTO DELLE CLIENTI

L'identità è quella di sempre, ma ogni stagione può aggiungere una sfumatura. È il percorso di ESNL - 100% Essenziale, il brand del gruppo Arteni, che a Tavagnacco ha presentato la nuova collezione autunno-inverno confermando i codici che ne hanno costruito il carattere e introducendo al contempo un'interpretazione più contemporanea del proprio stile.

Novantacinque capi, 62 da donna e 33 da uomo, sono il risultato di un lavoro che parte dall'ascolto delle clienti, la cui opinione orienta le scelte della collezione traducendo esigenze concrete in nuove proposte. Per la donna, la stagione gioca soprattutto sull'incontro tra rigore e morbidezza. Il guardaroba prende spunto dalla sartoria maschile, con pantaloni a piega e doppiopetto, e lo ammorbidisce attraverso cashmere, raccoon, lana merino e tessuti fluidi. Fiocchi e colletti aggiungono un tocco femminile, con richiami a un'eleganza d'altri tempi. Per l'uomo, l'ispirazione arriva dal Nord Europa, con grigi e blu profondi che incontrano denim, velluto di cotone, cashmere e merino. Il doppio petto mantiene la propria eleganza ma con volumi più rilassati e contemporanei. Le Fil-Jacket vengono reinterpretate nei volumi in Punto Milano e Lana Merinos



Elasticizzata. Tra le novità, il filato Drop-Stop, resistente all'acqua, aggiunge una nota funzionale alla proposta.

La risposta del pubblico trova conferma anche nei numeri: con una crescita del 36% nel 2025 e la previsione di un ulteriore +26% nel 2026, ESNL - 100% Essenziale è oggi la prima linea per valore e pezzi venduti all'interno dei negozi Arteni.

Nel racconto di ESNL uno spazio importante lo trova il legame con il territorio. Nei punti vendita Arteni sono presenti i corner della linea "Essenziale per Io Sono Friuli Venezia Giulia", dedicata alla valorizzazione del territorio attraverso una proposta 100% Made in Italy. C'è anche una novità che guarda invece a un altro universo, quello della cura della persona. Dalla collaborazione con la Farmacia Favero di Udine nasce infatti la nuova linea skincare a marchio ESNL - 100% Essenziale, sviluppata nei laboratori della farmacia, presentata nel corso della serata e già disponibile nei negozi Arteni, nelle farmacie Favero e sui rispettivi canali online. Moda, casa, calzature e ora skincare: ESNL continua ad ampliare i propri ambiti di interpretazione dell'essenziale. Un percorso che parte dall'ascolto e che, senza perdere i propri codici, trova ogni stagione un modo nuovo per parlare al presente.



UN NUOVO CAPITOLO PER LA STORICA DROGHERIA

SCUBLA 1921 – DISPENSA FRIULANA, IL CUORE DI CIVIDALE TORNA A BATTERE

LA BOTTEGA È STATA RIAPERTA DA ENRICO COSER CON UNA VISIONE
CONTEMPORANEA CHE VALORIZZA LA SECOLARE TRADIZIONE DEL LOCALE

A Cividale del Friuli, un pezzo fondamentale della storia cittadina rialza le serrande. Nel cuore del centro storico, in Corso Giuseppe Mazzini 33, l'Antica Drogheria Scubla ha ufficialmente inaugurato un nuovo capitolo della sua lunga esistenza sotto la denominazione di Scubla 1921 – Dispensa Friulana.

Nata nel 1880 come Torrefazione Moschioni, diventata poi Drogheria Scubla nel 1921, la storica bottega rappresenta da oltre un secolo un punto di riferimento per la cultura enogastronomica della città e dell'intero territorio friulano. Dopo un periodo di chiusura, la riapertura è stata resa possibile grazie al nuovo e ambizioso progetto imprenditoriale di **Enrico Coser** (proprietario con la sua famiglia della rinomata cantina Ronco dei Tassi di Cormons e residente per scelta elettiva a Cividale), che ha scelto di investire sulle radici e sull'identità commerciale della Città Ducale.



Il mondo in una stanza: la mappa delle spezie, del tè e del caffè

Il biglietto da visita è una straordinaria collezione di 130 spezie esposte in vasi di vetro sugli scaffali, destinate a crescere nel tempo. Dai sali millenari ai pepi rari, fino ai peperoncini provenienti da ogni latitudine e ai mix più specifici, l'assortimento è pensato sia per riabilitare l'avventore alla ricchezza degli aromi che per soddisfare le esigenze tecniche dell'alta ristorazione. La materia prima arriva direttamente da un rinomato laboratorio di Milano che seleziona le spezie da tutto il mondo, collaborando stabilmente con chef stellati per garantire standard qualitativi altissimi. Accanto alle spezie, trova spazio una prima selezione di 40 tè pregiati, in via di ampliamento.

Geografie del gusto: dove ogni prodotto è fatto meglio

La filosofia che guida la scelta dei prodotti si basa su una regola tanto semplice quanto rigorosa: selezionare il meglio del territorio, ma avere il coraggio di andare a cercare i prodotti laddove la tradizione e il clima li rendono insuperabili. I Succhi gastronomici, ad esempio: dimenticate i comuni succhi commerciali. Qui si punta su nettari d'Alto Adige, dove la frutta viene lavorata da specialisti assoluti. Il risultato è un prodotto naturale al 100%, denso e vibrante. All'arte della pasta viene dedicata un'attenzione particolare, con una vera e propria antologia della pasta italiana. Accanto a nomi storici e iconici amati dai gourmet come Famiglia Martelli o Michele Portoghese, si affiancano altre produzioni artigianali d'eccellenza proposte a un prezzo competitivo, per garantire una spesa quotidiana comoda e democratica. La dispensa d'autore si estende ai risi d'eccellenza - privilegiando quelli di nicchia come il veneto La Fagiana ma non tralasciando i più celebri, come Acquerello - passando per le conserve e i sottoli d'élite, come le rinomate sardine portoghesi e le giardinieri artigianali lavorate dal fresco.

A FELETTO UMBERTO

SALE VERDE, LA PARAFARMACIA DEL BENESSERE

Salute, prevenzione e ascolto, dal consiglio al banco alle consulenze personalizzate, fino agli incontri dedicati alla prevenzione. È questa la filosofia che, dal 2004, contraddistingue la parafarmacia Sale Verde, nata a Feletto Umberto come erboristeria e diventata nel 2007 parafarmacia senza mai perdere la propria identità. Guidata da due professionisti con competenze diverse e allo stesso tempo complementari, la parafarmacia offre percorsi mirati partendo da un'attenta valutazione delle esigenze individuali: **Isabella Bellina**, farmacista specializzata in nutraceutica, fitoterapia, omeopatia e dermocosmesi, con esperienza nella gestione delle problematiche gastro-intestinali, del benessere femminile e dei disturbi cutanei, e **Manlio Tondo**, laureato in Scienze Motorie, naturopata e consulente nutraceutico sportivo, che si occupa prevalentemente di prevenzione, attività fisica, integrazione dello sportivo e strategie legate alla longevità.



Manlio Tondo e Isabella Bellina

«Crediamo il benessere nasca dall'integrazione tra competenze scientifiche e l'impiego consapevole di prodotti di origine vegetale e nutraceutica, selezionati per la loro qualità, sicurezza ed efficacia – spiegano i due titolari -: ogni consiglio nasce dall'ascolto della persona, per questo non adottiamo protocolli standardizzati, ma dedichiamo il tempo necessario per comprendere le caratteristiche, le esigenze e gli obiettivi di ciascun paziente, proponendo soluzioni personalizzate».

Nel corso degli anni l'offerta si è ampliata, includendo farmaci da banco, medicinali omeopatici, prodotti nutraceutici, fitoterapici e dermocosmetici, ma ciò che non è cambiato è il modo di intendere il servizio: non limitarsi a suggerire un prodotto, ma cercare di offrire al cliente la migliore risposta. «È questa, oggi, la principale differenza del nostro approccio: il consiglio non nasce da un protocollo uguale per tutti, ma dall'ascolto, ogni persona porta con sé abitudini, necessità, obiettivi e caratteristiche differenti e, proprio per questo, anche una soluzione apparentemente valida può non essere quella più indicata per tutti – precisa Isabella Bellina -. Per i disturbi di lieve entità offriamo il tradizionale consiglio al banco, mentre nei casi più complessi adottiamo percorsi su misura». Anche la selezione dei prodotti segue un'accorta valutazione di materie prime, modalità produttive, letteratura scientifica disponibile e profilo di sicurezza: «Questo ci permette di indicare prodotti efficaci, affidabili e coerenti con la nostra visione della salute – sono le parole di Manlio Tondo -. Crediamo la prevenzione e l'informazione rappresentino strumenti fondamentali per il mantenimento del benessere».

Durante l'anno la parafarmacia organizza conferenze e incontri dedicati a nutrizione, benessere gastro-intestinale, salute femminile, attività fisica e invecchiamento sano, coinvolgendo anche professionisti esterni del settore medico e sanitario. «L'attenzione alla persona si esprime anche attraverso i servizi e le iniziative di prevenzione e la parafarmacia diventa luogo d'informazione e confronto per acquisire maggiore consapevolezza», proseguono i due titolari.

A questo si aggiungono attività di monitoraggio e prevenzione, valutazioni legate al benessere intestinale, giornate dedicate alla salute dell'osso e al microcircolo fino agli appuntamenti con la "skin specialist" per un'analisi della pelle. «In un'epoca in cui tutto tende a essere più rapido, dedicare tempo all'ascolto è diventato un valore – concludono -, perché un servizio di qualità non consiste solo nel fornire una risposta, ma nel comprendere e aiutare le persone. E questo, per noi, fa la differenza».

Giulia Zanello

INVESTIMENTO DA 2,5 MILIONI E NUOVI SPAZI

ACETAIA MIDOLINI CRESCE TRA PRODUZIONE E ACCOGLIENZA



Da sinistra, il Cardinale Fabio Baggio, Stefano Zannier, Piero Furlani, Gloria Midolini, Cristina Amirante, Toni Capuzzo

Un investimento di circa 2,5 milioni di euro che si traduce in nuovi spazi e nuovi impianti, ma soprattutto segna un'evoluzione nella storia dell'Acetaia Midolini. L'azienda di Manzano, entrata nel 1998 nel Guinness World Records come Acetaia più grande del mondo, ha inaugurato la nuova struttura, nella quale alla crescita produttiva si affianca una vocazione sempre più strutturata verso l'accoglienza, gli eventi e le esperienze.

Realizzato in circa due anni, il progetto ha aggiunto 797 metri quadrati di nuovi spazi, portando la superficie complessiva a 1.580 metri quadrati, e introdotto nuovi impianti di imbottigliamento, etichettatura e cottura, l'automazione di alcune fasi del confezionamento e un nuovo showroom. Gli spazi sono stati inaugurati alla presenza di numerosi imprenditori e rappresentanti delle istituzioni, a partire dal presidente della Regione Friuli-Venezia Giulia, **Massimiliano Fedriga**, intervenuto insieme agli assessori regionali **Cristina Amirante** e **Stefano Zannier**.

«Siamo orgogliosi di avere un'azienda come la vostra e una famiglia che ha fatto crescere questa produzione anche in periodi difficili», ha sottolineato Fedriga.

Accanto alla produzione, l'Acetaia vuole

diventare sempre più uno spazio nel quale incontrarsi, conoscere il Balsamico e partecipare a degustazioni, eventi ed esperienze.

«Vogliamo portare il nostro Balsamico sui mercati internazionali, senza perdere il legame con la nostra storia e con il territorio. Allo stesso tempo vogliamo aprire sempre di più l'Acetaia alle persone, alle aziende e a chi desidera conoscere da vicino questo mondo», sottolinea **Gloria Midolini**, che guida l'azienda insieme alla figlia **Angelica**, terza generazione della famiglia. Fondata nel 1958, Acetaia Midolini è cresciuta attorno a un prodotto di nicchia, il Balsamico. Oggi la gamma comprende 15 prodotti, differenti per stagionatura e caratteristiche, dalle espressioni più giovani fino alle selezioni che raggiungono i 50 anni di invecchiamento. Nel tempo la produzione si è ampliata con condimenti pensati anche per la gastronomia contemporanea. L'azienda dispone di 35 ettari di vigneti all'interno di una proprietà complessiva di 100 ettari e guarda da tempo ai mercati internazionali: oggi circa il 30% del fatturato proviene dall'estero, con Austria, Germania e Australia tra i principali mercati, ma anche dal Giappone, principale mercato per l'aceto balsamico invecchiato 50 anni.

PRIMO PRODUTTORE DI UVE A BACCA BIANCA DEL FVG

I 75 ANNI DELLE CANTINE DI RAUSCEDO



La cooperativa è formata da oltre 300 soci conferitori

Cantina Rauscedo ha celebrato i suoi primi 75 anni di attività, all'insegna della cooperazione e dell'innovazione. La realtà, aderente a Confcooperative Pordenone, si è ritrovata nella storica sede per ricordare questo cammino iniziato nel 1951 dalle famiglie del paese in Comune di San Giorgio della Richinvelda.

Ora la cooperativa è formata da oltre 300 soci conferitori e circa 2 mila ettari di vigneti distribuiti nella pianura friulana. Numeri grazie ai quali Cantina Rauscedo è il primo produttore di uve a bacca bianca della regione e la prima cantina del Friuli Venezia Giulia per produzione di vino.

Tra le tappe più significative degli ultimi anni figurano l'ampliamento della capacità produttiva, la fusione per incorporazione della Cantina di Codroipo nel 2013 e la successiva acquisizione di Cantina RR a Fiume Veneto.

«Il percorso di rinnovamento che abbiamo intrapreso si fonda su un principio imprescindibile: la qualità» ha affermato il presidente della Cantina **Antonio Zuliani** nel corso della cerimonia a cui ha partecipato l'assessore regionale alle risorse agroalimentari, forestali, ittiche e montagna **Stefano Zannier** e alla quale ha mandato il suo saluto anche il governatore **Massimiliano Fedriga**. Presente pure l'europarlamentare **Alessandro**

Ciriani. Anche **Fabio Dubolino** presidente di Confcooperative Pordenone ha voluto rimarcare "i traguardi raggiunti lungo questi decenni partendo da quel germoglio iniziale avviato dai valori cooperativi, in risposta alle esigenze di comunità e territorio". Il momento più suggestivo della giornata è arrivato con lo svelamento - alla presenza del sindaco **Michele Leon** - dell'opera realizzata per l'occasione dal maestro **Giorgio Celiberti**, destinata a impreziosire la sede della Cantina. «Ora vogliamo rafforzare Cantina Rauscedo come un brand riconoscibile a livello internazionale» ha sottolineato parlando del futuro il direttore **Flavio Geretto**. Futuro che è già presente grazie alla vendemmia 2026 avviata in agosto.

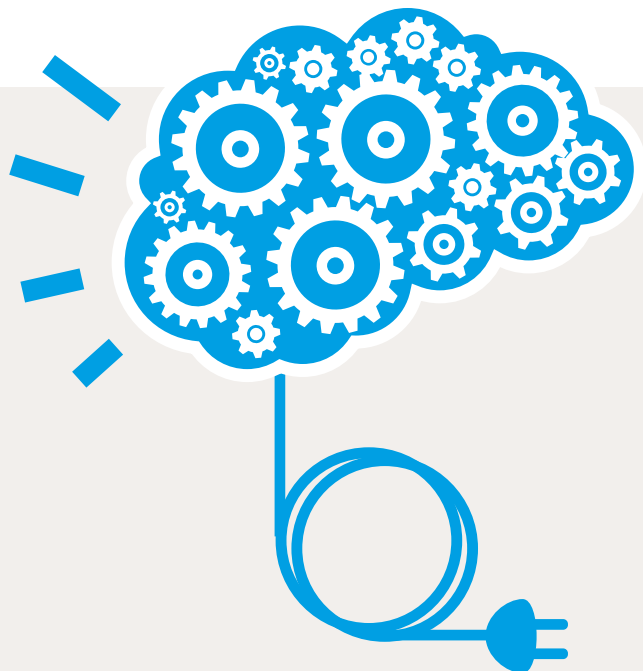
«Le condizioni climatiche ci hanno consentito di arrivare alla raccolta con uve complessivamente sane e con riscontri qualitativi molto incoraggianti. Nell'attesa del bilancio finale le prime indicazioni confermano il valore del lavoro svolto insieme ai nostri soci in vigneto» ha aggiunto Geretto.

In questa vendemmia inoltre per la prima volta Cantina Rauscedo ha avviato specifici progetti di selezione qualitativa su cinque vitigni chiave del proprio patrimonio produttivo: Sauvignon, Ribolla Gialla, Refosco da peduncolo rosso, Friulano, Traminer Aromatico e Chardonnay.

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.

Contattaci e prenota il tuo appuntamento.
Il servizio è gratuito.

Regolazione del Mercato

Sede di Udine: 0432 273560 - brevetti@pnud.camcom.it

Sede di Pordenone: regolazione.mercato@pnud.camcom.it



CAMERA DI COMMERCIO
PORDENONE-UDINE



INFLUENZE ANCHE DAL PIEMONTE

RADICI E SAPORI FAMILIARI IN MEZZO ALLA NATURA

A MONTE DI BUJA C'È UN LOCALE CHE MESCOLO I PRODOTTI DELLA ZONA
ALLA CURA DEI DETTAGLI E A SAPORI CAPACI DI SORPRENDERE

» MARCO BALLICO

La laurea in ingegneria è finita in un cassetto. Del resto, già da quando aveva 19 anni, **Francesco Sciacca** ha iniziato a lavorare nei ristoranti per una passione per la cucina che lo ha portato a cambiare strada, a diventare cuoco, «autodidatta» e, da fine luglio 2025, a gestire a Monte di Buja un locale, Radici, che è il coronamento di un sogno: «Vivere e cucinare in un luogo immerso nella natura, lontano dal caos della città».

Francesco è nato a Udine, ma ha passato molti anni lontano dal Friuli, in particolare a Torino. Lì è iniziato il percorso per perfezionare il mestiere, tra esperienze in diversi ristoranti e pure, da chef privato, sugli yacht. «Grazie alla ristrutturazione del Comune – spiega –, il mio approdo a Radici nasce dal desiderio di tornare a casa, di fermarsi e, per quanto possibile, di contribuire a far rivivere un borgo. La nostra cucina unisce tradizione e modernità, seguendo la stagionalità e valorizzando materie prime di qualità, con una grande attenzione alla pasta fatta a mano, ai prodotti della

IL RISTORANTE HA RAPPRESENTATO
IL CORONAMENTO DEL SOGNO
DI FRANCESCO SCIACCA,
CUOCO "AUTODIDATTA" CON
ESPERIENZE ANCHE DA CHEF
PRIVATO SUGLI YACHT

zona, alla cura dei dettagli e a sapori capaci di sorprendere, pur rimanendo familiari».

Il menù cambia di frequente, ogni mese e mezzo. Vi convivono «le influenze degli anni vissuti in Piemonte e dei posti dove ho lavorato. Il vitello tonnato non manca mai, i tagliolini con il ragù di cortile sono tra i piatti più richiesti e raccontano bene l'idea di cucina: tecnica, gusto e semplicità, con sapori familiari reinterpretati con un tocco personale». Da ottobre in menù, anticipa Francesco, le novità saranno «una rivisitazione della pasta e fagioli, la dimenticata zuppa di cipolle e un brasato vegetale con i funghi Pleurotus». Quanto alla cantina, «abbiamo una cinquantina di etichette, in larga parte del territorio. Qualche altra proposta arriva dal Piemonte e dal Veneto». Radici, aggiunge, «è un luogo tranquillo e raccolto, con un'accoglienza discreta e calorosa e dove concedersi il piacere di stare a tavola senza fretta».

Due le sale (per oltre settanta coperti): una più moderna e luminosa, affacciata sulla piazza del paese e le montagne; l'altra più raccolta, attorno all'antico fogolar. Radici (per le prenotazioni 392/7648200) apre dal mercoledì al sabato pranzo e cena, domenica a pranzo. Prossima tappa, l'ospitalità: «Contiamo di aprire alcune camere a partire dall'inizio del prossimo anno».

A PASIAN DI PRATO

BAR COVRE, TRADIZIONE DA OLTRE 100 ANNI

Giravano ancora le carrozze con i cavalli quando **Andrea Covre**, nel 1919, aprì la sua osteria a Pasian di Prato, in via Santa Caterina 38. Da allora, il locale è sempre stato in proprietà e gestione della famiglia (infatti è un "Locale Storico" e ha ricevuto anche la medaglia d'oro del Premio Economia e Sviluppo della Cciaa Pn-Ud), passando al Cavaliere della Repubblica, **Giovanni**, poi a **Ivan** che introdusse la vendita dei tabacchi. Ora è la volta di **Alberto Covre** che gestisce il locale assieme alle figlie **Giulia** e **Denise**. Gli alimentari dell'origine non ci sono più, ma al tabacchino sono stati collegati altri servizi come i pagamenti e le lotterie. All'esterno, il self service dei tabacchi è attivo h24.

Il locale è semplice, ampio e luminoso con 70-80 posti a sedere e una saletta riservata per eventuali piccoli eventi o celebrazioni. I vini disponibili in bottiglia e quelli della casa provengono soprattutto dalle cantine delle colline del Friuli Venezia Giulia. Alla spina vengono proposte delle birre, a rotazione, a seconda della stagione. Non c'è la cucina, ma in ogni caso, un'insalatona o un buon panino sono sempre disponibili durante la pausa pranzo. Molto richiesti i tramezzini, i toast e i tostoni che vengono preparati direttamente dai Covre.

Il caffè o il cappuccino della mattina possono essere abbinati a un'ampia scelta di brioches (anche vegane), farcite a richiesta, sul momento. Se ci si ferma per un aperitivo, Denise è la specialista dei cocktails. Oltre che da Alberto e dalle due sorelle, il servizio al bancone e ai tavoli è garantito da altre quattro collaboratrici. Situato in un punto di passaggio, appena fuori Udine ovest, sulla strada per (o da) Venezia, il locale è frequentato da clienti di varia provenienza, tutti parimenti coccolati dai gestori.

Il Covre chiude la domenica e i giorni festivi. Dal lunedì al sabato è aperto con orario continuato, dalle ore 7.00 alle 21.00 (il tabacchino chiude alle 19.30). Per info: 0432 691462.

Adriano Del Fabro



Giulia e Denise Covre

BIRRIFICI

LA SICCIÀ DIMEZZA I RACCOLTI DI LUPPOLO

L'inizio di settembre è, alle nostre latitudini, il periodo della raccolta del luppolo; e così è infatti stato per i birrifici artigianali friulani che dispongono di luppolo. L'annata 2026 ha però pagato dazio alla crisi climatica: «Abbiamo raccolto circa un terzo rispetto agli scorsi anni – riferisce **Carlo**

Antonio Venier, titolare del Villa Chazil di Lestizza, che conta su una dozzina di raccolti alle spalle – a causa principalmente della grandine e del vento che in primavera si sono abbattuti sulle piante come mai in precedenza. Il cambiamento climatico è quindi una delle grandi sfide che ci troviamo ad affrontare. Ciò non toglie che come azienda continuiamo a credere in questa coltivazione: abbiamo appena efficientato la macchina per la raccolta e aumentato la capacità dell'essiccatoio del 70%, il che ci ha permesso di lavorare il luppolo in maniera più rapida, cosa essenziale per preservarne la qualità. Abbiamo poi preso accordi con un'azienda del trevigiano per pelletizzare il luppolo, per una maggior conservabilità».

I luppoli sono di varietà Cascade, Comet e Chinook, e utilizzati sia per le birre della casa – da segnalare la Konikazil, la harvest prodotta ogni anno a settembre con luppolo fresco e disponibile da fine ottobre – sia per le acque aromatizzate al luppolo.

Un quadro simile viene tracciato da Luppolo Verde di Polcenigo: «Qui si è fatta sentire soprattutto la siccità, che ha portato ad avere circa un terzo del raccolto – conferma il titolare **Federico Comel** –. Abbiamo quest'anno privilegiato il Cascade sul Chinook e Brewer's Gold, e ci conforta il fatto che la qualità è comunque molto buona: lo utilizzeremo in particolare per la nostra Italian Pils, prodotta interamente con nostre materie prime curando l'intera filiera, fino alla pelletizzazione».

Chiara Andreola





PROSSIMA TAPPA A MATERA IL 16 OTTOBRE PER LA FIRMA UFFICIALE DELL'ACCORDO

"MALVASIA SENZA CONFINI", UN VIAGGIO SENSORIALE

DOPO IL DEBUTTO UFFICIALE SIGLATO A VENEZIA LO SCORSO MAGGIO
C'È STATA LA RECENTE VETRINA AL SALONE DEL GUSTO DI TORINO

Prosegue a passo spedito "Malvasia Senza Confini", il progetto ideato dalle Camere di Commercio di Pordenone-Udine, Messina e Basilicata per fare dello storico vitigno un aggregatore strategico di sviluppo economico, culturale e turistico capace di unire territori e comunità tra Adriatico, Ionio ed Egeo. Dopo il debutto ufficiale siglato a Venezia lo scorso maggio c'è stata la recente vetrina al Salone del Gusto di Torino, dove l'iniziativa è stata ripresentata a pubblico e operatori della filiera. L'appuntamento torinese si è rivelato inoltre un viaggio sensoriale: grazie agli interventi di esperti del settore che ne hanno descritto minuziosamente le caratteristiche, gli ospiti hanno potuto apprezzare le diverse sfumature del vitigno attraverso una raffinata degustazione guidata.

Il progetto si appresta a vivere una tappa fondamentale. Il 16 ottobre sarà la città di Matera, all'interno della sede della Camera di Commercio della Basilicata, a ospitare una giornata istituzionale di altissimo profilo destinata a segnare il futuro della rete.

Il programma dell'incontro prenderà il via con un'analisi dedicata all'affascinante storia della Malvasia e al suo valore di attrattore per il turismo esperienziale. Successivamente, i rappresentanti e i presidenti di un primo gruppo di enti camerale provenienti da tutta Italia daranno vita a una tavola rotonda incentrata sulle strategie di promozione integrata e sul networking europeo.

Il clou dell'evento coinciderà con la firma ufficiale dell'Accordo di Collaborazione "Malvasia Senza Confini". Attraverso la sigla del documento, le Camere di Commercio aderenti sanciranno la nascita di un'intesa strutturata volta a valorizzare le eccellenze locali, promuovere l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese e consolidare un itinerario enoturistico d'eccellenza. Le conclusioni istituzionali, affidate ai vertici delle Regioni coinvolte, ribadiranno il valore dell'identità storico-culturale della Malvasia come motore di crescita competitiva e condivisa per l'intera rete dei territori.



CON PROMOS ITALIA

FAM TRIP DEDICATO AGLI OPERATORI ESTERI

La Camera di Commercio di Pordenone-Udine, in collaborazione con Promos Italia, l'agenzia italiana della rete camerale per accompagnare le imprese nei percorsi di internazionalizzazione, promuove l'organizzazione di un fam trip dedicato agli operatori esteri, con l'obiettivo di far conoscere e valorizzare le eccellenze del territorio di Udine e delle aree limitrofe.

SI TRATTA DI UN "EDUCATIONAL"
TURISTICO DAL 20 AL 22 OTTOBRE,
IN CUI VERRÀ PRESENTATA LA
DESTINAZIONE FRIULANA IN UNA
VESTE ATTRATTIVA ANCHE AL DI
FUORI DEI PICCHI TRADIZIONALI
DELL'ALTA STAGIONE

L'iniziativa si configura come un vero e proprio "educational" turistico e si svolgerà dal 20 al 22 ottobre, un periodo scelto strategicamente per presentare la destinazione friulana in una veste altamente attrattiva anche al di fuori dei picchi tradizionali dell'alta stagione. L'accoglienza è riservata a una delegazione selezionata di alcuni tour operator e agenzie di viaggio provenienti prevalentemente dal mercato europeo (il focus è su Croazia, Paesi Bassi, Polonia e Francia), altamente specializzati nei comparti del turismo "slow" e rurale, enogastronomico, culturale e outdoor. Il programma si articolerà su tre giornate. Gli operatori avranno l'opportunità di visitare la città di Udine con l'accompagnamento di guide turistiche, per poi estendere l'esplorazione dei preziosi Siti Unesco della regione e fiori all'occhiello del patrimonio storico-architettonico e culturale della regione: Cividale del Friuli, Palmanova e Aquileia. Questo ricco percorso sarà saldamente agganciato al tessuto economico locale, prevedendo incontri con le imprese del territorio e visite in cantina, per offrire agli ospiti internazionali un'esperienza completa e autentica delle tradizioni storiche ed enogastronomiche friulane.

LA PARTECIPAZIONE A SASSARI E ALGHERO

MIRABILIA, LEVA DELLO SVILUPPO LOCALE

La Camera di Commercio di Pordenone-Udine, partner del network Mirabilia fin dalla sua fondazione per valorizzare in modo integrato i territori con siti Unesco tra turismo, cultura ed enogastronomia, ha partecipato al recente "Mirabilia Day", che ha avuto luogo a metà settembre tra Sassari e Alghero. L'iniziativa, organizzata da Isnart e dalla Camera di Commercio del Nord Sardegna, ha inaugurato la nuova stagione progettuale della rete camerale, che proprio a Udine, lo scorso giugno, ha realizzato il suo evento clou annuale, la Borsa internazionale del turismo culturale e food&drink, con migliaia di incontri di business per le imprese del comparto con operatori internazionali.

Intitolato "Dagli eventi alla politica degli eventi", l'appuntamento ha messo al centro il ruolo delle manifestazioni territoriali come leve strategiche di sviluppo locale e strumenti di marketing territoriale. L'obiettivo centrale è stato quello di superare la logica del semplice calendario per definire una vera e propria politica integrata, in cui i grandi appuntamenti culturali diventino attrattori capaci di qualificare le destinazioni, promuovere le eccellenze locali e favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici. Nel corso della due giorni si sono alternati momenti di confronto ed esposizione delle buone pratiche nate nei territori della rete — con un focus sulle tradizioni collegate ai riconoscimenti Unesco, dalla Discesa dei Candelieri di Sassari al Palio di Siena, dal Tocatì di Verona alla lirica di Foggia — e un convegno operativo ad Alghero. Si è approfondito anche il modello sardo "Salude & Trigu", la rete camerale che coordina 100 eventi di qualità, affiancato dalle analisi di Isnart sui modelli di valutazione dell'attrattività turistica.



FORMAZIONE INVESTIRE IN PROFESSIONALITÀ



SPECIALE SCUOLA

Certificazione delle competenze
Il talento merita un "bollino blu":
valorizza ciò che sai fare!

Avete partecipato a un progetto di FSL (ex PCTO) o realizzato un Project Work in classe? Ora è il momento di rendere tutto questo "ufficiale".

La Camera di commercio di Pordenone-Udine ha lanciato un servizio per certificare le competenze "non formali".

La Certificazione delle competenze è un game-changer per il futuro!

Ottenere la certificazione è un lavoro di squadra. L'Istituto Scolastico deve aderire al progetto, coinvolgendo professori e tutor aziendali.

Il riconoscimento delle competenze è possibile nei settori del **turismo**, della **sostenibilità**, dell'**imprenditorialità** e della **transizione digitale**.

CANDIDATURE DOCENTI

TEF S.c.r.l. per realizzare corsi o seminari si avvale della professionalità di risorse esterne individuate mediante procedure comparative.

Presenta la tua candidatura!



Corsi PiAZZA GOL



TECNICHE BASE DI CONTABILITÀ

250 ore - 02 ottobre 2026 - gratuito - in presenza

TECNICHE PAGHE E CONTRIBUTI

250 ore - 20 ottobre 2026 - gratuito - in presenza

Corsi finanziati

LA COMUNICAZIONE AUTENTICA NEL TURISMO: RACCONTARE LA PROPRIA STRUTTURA
3,5 ore - 21 ottobre 2026 - gratuito - online

PREMIO "STORIE DI ALTERNANZA" - IX EDIZIONE 2026

Domande entro il 09 ottobre 2026



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

Ci trovi a
PORDENONE
TEF S.c.r.l.
tel. 0434 381602
formazione.pn@pnud.camcom.it

Ci trovi a
UDINE
TEF S.c.r.l.
tel. 0432 273212 273214 273218 273278
formazione.ud@pnud.camcom.it

PER GLI ESERCIZI LOCALI L'INGRESSO NEL CIRCUITO È GRATUITO

WELFAREFVG LEVA DEI CONSUMI

LE RISORSE DESTINATE AI DIPENDENTI SI TRASFORMANO IN CAPACITÀ DI SPESA NEI NEGOZI. IL MODELLO DELL'AREA PORDENONESE

Fare in modo che una quota delle risorse destinate dalle imprese al welfare dei propri dipendenti possa trasformarsi in nuova capacità di spesa nei negozi e nei servizi del territorio: è la logica di WelfareFVG, il progetto che, dopo le prime esperienze locali, si estende ora su scala provinciale mettendo in relazione mondo produttivo, commercio e comunità.

L'accordo riunisce Confindustria Alto Adriatico, Confcommercio ASCOM Pordenone con Terziaria, Consorzio NIP, COMET – Cluster della Metalmeccanica del Friuli Venezia Giulia, Well-Work e Ollipay. Il punto di partenza è l'esperienza avviata alla fine del 2023 nell'area di Maniago dalla collaborazione tra NIP e Confcommercio, con il sostegno economico del Comune, e successivamente estesa allo Spilimberghese e al Sanvitese.

Il modello collega i piani di welfare adottati dalle aziende a una rete di attività commerciali e di servizio nelle quali i lavoratori possono utilizzare i crediti maturati: una parte delle risorse riconosciute dalle imprese può così alimentare direttamente i consumi locali, associando al beneficio per il dipendente una ricaduta economica sul territorio.

welfare aziendale diventa non soltanto uno strumento di attrattività e fidelizzazione delle persone, ma anche una possibile leva per sostenere commercio, artigianato, turismo e servizi. Per gli esercizi locali l'ingresso nel circuito è gratuito.

L'allargamento della rete assume particolare rilievo anche per i centri minori: indirizzare una parte dei consumi verso il territorio può concorrere a contrastare fenomeni come desertificazione commerciale e progressivo impoverimento dell'offerta di servizi.

La dimensione territoriale è rafforzata dal coinvolgimento dei Distretti del commercio e delle amministrazioni comunali. Il progetto si inserisce nel nuovo quadro regionale dedicato al welfare territoriale e ai Distretti: la normativa contempla forme di premialità per le realtà capaci di sviluppare intese con piattaforme di welfare aziendale orientate al coinvolgimento delle piccole e medie strutture di vendita. Nel Pordenonese il percorso può contare inoltre sul lavoro sviluppato con i 50 Comuni della provincia.

Confindustria Alto Adriatico opererà soprattutto sul sistema industriale e manifatturiero, Confcommercio ASCOM Pordenone sul terziario e sulla rete delle attività locali, mentre COMET



concentrerà l'azione sul comparto metalmeccanico. Il Consorzio NIP, titolare del marchio WelfareFVG, manterrà il coordinamento dell'iniziativa.

La prospettiva supera comunque i confini provinciali: il partenariato resta aperto a nuovi soggetti pubblici e privati e prevede la possibilità di estendere progressivamente il modello a livello regionale, anche guardando a una futura integrazione con forme di welfare pubblico.

APERTE LE ISCRIZIONI

IL REGISTRO DELLE IMPRESE STORICHE ITALIANE

Sono aperte le iscrizioni al Registro delle imprese storiche italiane, l'albo promosso da Unioncamere e dalle Camere di commercio territoriali per certificare le attività con almeno un secolo di storia ininterrotta. L'iniziativa valorizza le aziende di ogni settore merceologico che abbiano raggiunto i 100 anni entro il 31 dicembre 2025 o che li matureranno entro il 31 dicembre 2026.

Per accedere è richiesta la regolarità con il diritto annuale e la continuità nello stesso comparto. La procedura è gratuita e si

“GIOVANI E IMPRESE”

LE VIDEO GUIDE PER NEO IMPRENDITORI

Avviare un'attività, tutelare un'idea innovativa, cercare nuovi clienti o proteggere la propria azienda dai rischi informatici: la Camera di Commercio di Pordenone-Udine lancia “Giovani e Imprese”, campagna in 12 brevi video-guide per accompagnare aspiranti imprenditori e neoimprenditori alla scoperta delle opportunità e delle risorse messe a disposizione dall'ente.

La serie, veicolata sui canali YouTube e Instagram a partire da metà settembre, proseguirà per i prossimi mesi e nel 2027. Il progetto adotta il linguaggio dell'animazione, attraverso un linguaggio visivo dinamico, immediato e simbolico, capace di tradurre concetti normativi e complessi in immagini sintetiche, coinvolgenti e facilmente condivisibili.

Elemento chiave è la collaborazione con **Marco Del Ben**, conosciuto sul web come “Marcutti” o “The Friulencer”, creator e ambasciatore informale della cultura locale che racconta il territorio con un tono fresco e contemporaneo. Del Ben ha curato il doppiaggio delle clip Cciaa e pubblica sul suo Instagram una serie di reel dedicati al backstage della produzione.

Nei prossimi mesi, le 12 pillole multimediali (sei in uscita entro l'anno) illustreranno in modo pratico scenari reali ed esigenze concrete del fare impresa. I contenuti spaziano dall'analisi di mercato e ricerca clienti tramite i dati Registro Imprese e Centro Studi, allo Sportello etichettatura e al Punto Orientamento per la tutela della proprietà industriale, fino all'accompagnamento all'internazionalizzazione, alla promozione e ai servizi di cybersecurity del Punto Impresa Digitale.

Le clip indirizzano gli utenti direttamente alle pagine dedicate e gli sportelli camerali, offrendo una bussola chiara e immediata. Info su www.pnud.camcom.it e su Instagram e YouTube della Cciaa (@camcompnud).

effettua online sul portale Unioncamere selezionando la Camera di Commercio di Pordenone-Udine. Il bando fissa due scadenze: il 30 settembre per le imprese già centenarie al 2025 e il 31 luglio 2027 per quelle che compiranno il secolo nel 2026.

A confermare la solidità del tessuto produttivo sono i dati del Centro Studi camerale. In Italia le imprese storiche avviate prima del 1925 sono 2.611, e il territorio ne conta 42 (1,6% nazionale), suddivise tra le 27 di Udine (1%) e le 15 di Pordenone (0,6%). A fronte di una media nazionale di 4,5 attività storiche ogni 10 mila iscritte, entrambe le province evidenziano un'incidenza superiore: Udine registra 5,8 imprese storiche ogni 10 mila (su 46.562 registrate) e Pordenone raggiunge quota 5,9 (su 25.285 iscritte). Info su www.pnud.camcom.it.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Partecipa alle attività della
“Rete Enterprise Europe Network”,
cofinanziata dall'Unione Europea:
molteplici occasioni per fare business e svilupparlo!
TEF e Promos Italia
sono i tuoi riferimenti sul territorio

PORDENONE – TEF
internazionalizzazione.pn@pnud.camcom.it
TEF sovrintende il “Centro Regionale della Subfornitura del Friuli Venezia Giulia” e il progetto “Pordenone With Love”

UDINE – PROMOS ITALIA
udine@promositalia.com
Promos Italia ha sede a Udine ed è la struttura nazionale del sistema camerale a supporto dell'internazionalizzazione, con diverse proposte anche declinate sul digit export

WWW.PNUD.CAMCOM.IT

Tutte le iniziative sempre aggiornate sul sito camerale. Le imprese possono rivolgersi agli uffici camerali della sede territorialmente competente.



**SEGUICI SUI SOCIAL
E ISCRIVITI ALLE NOSTRE
NEWSLETTER!**

EXPORT FRONT DESK - INCONTRO PERSONALIZZATO CON ESPERTI ICE

Rivolgiti allo sportello “Export Front Desk” presso la tua sede di riferimento e prenota un appuntamento “in remoto” collegandoti a <https://www.ice.it/it/export-front-desk>.



UN PATRIMONIO LA CUI CONSERVAZIONE RICHIEDE CONTINUITÀ

FIGOMORO, IL PRODOTTO CHE ATTRAIE VISITATORI

FESTEGGIATI I 20 ANNI DEL CONSORZIO PER LA TUTELA E LA VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO DI CANEVA

Da prodotto da tutelare a strumento per far conoscere il territorio nel quale nasce: in vent'anni il Figo Moro da Caneva ha costruito un percorso che lega produzione agricola, identità locale e capacità di attrarre visitatori. Un'esperienza celebrata a Pordenone, a Palazzo Montereale Mantica, sede di rappresentanza camerale, con l'avvio dei festeggiamenti per il ventennale del Consorzio per la tutela e la valorizzazione del Figo Moro da Caneva, co-organizzati da TEF, società in house della Camera di Commercio di Pordenone-Udine.

Il progetto nacque con un obiettivo che andava oltre la salvaguardia del frutto: utilizzare una produzione fortemente identitaria per accendere l'attenzione anche su Caneva e sul suo patrimonio ambientale e paesaggistico. Una strategia che negli anni ha contribuito a portare visitatori nel territorio e a consolidare la conoscenza del Figo Moro al di fuori del comune d'origine.

«Tutto è partito dall'idea di valorizzare non soltanto il frutto, ma un territorio; da quando c'è il Consorzio, le persone vengono a Caneva per scoprirlo: abbiamo pianura, collina e montagna», ha ricordato la presidente del Consorzio **Alessia Carli**. Un percorso costruito grazie all'impegno dei soci e proseguito anche in un'annata complessa come quella 2026, nella quale il caldo ha inciso sulla disponibilità del prodotto.

La celebrazione nel capoluogo assume così un significato che supera la ricorrenza: avvicinare Pordenone alle produzioni e alle esperienze che esprimono le diverse aree della provincia. È il principio richiamato dal vicepresidente della Camera di Commercio di Pordenone-Udine **Michelangelo Agrusti**: «Pordenone deve sempre ricordarsi di essere il capoluogo della sua provincia. La nostra è una città piccola, ma è grande se rappresenta tutto il suo territorio. Le cose importanti e le esperienze migliori che ci sono devono trovare cittadinanza qui». Accanto al Figo Moro, la giornata ha infatti dato spazio ad altre produzioni locali: dalla mela antica alla cipolla rossa di Cavasso Nuovo, fino ai formaggi caprini di San Gregorio. Prodotti differenti per origine e caratteristiche, accomunati dalla capacità di esprimere comunità, competenze e specificità territoriali.

Un patrimonio la cui conservazione richiede continuità. La consigliera regionale **Lucia Buna**, portando i saluti della Regione, ha richiamato il ruolo delle istituzioni nel sostenere le identità locali: vent'anni di Consorzio e dieci edizioni della manifestazione dedicata al Figo Moro rappresentano un traguardo, ma anche una base dalla quale proseguire il lavoro di promozione. L'appuntamento di Pordenone si inserisce infatti in un percorso più ampio, avviato il 30 agosto a Caneva con la decima edizione di "In campagna col Figo Moro" e promosso da TEF insieme al Consorzio, al Comune di Caneva e a Pordenone With Love. A Palazzo Montereale Mantica, "Il Figo Moro in Tavola", con lo chef **Federico Mariutti**, ha inoltre messo in relazione il frutto con altre produzioni del territorio. Il ventennale restituisce così il senso di un'esperienza maturata nel tempo: tutelare una produzione locale significa anche preservarne il legame con il luogo d'origine e trasformarlo in un elemento di conoscenza e attrattività. Il Figo Moro diventa, in questa prospettiva, una porta d'ingresso a Caneva e al suo territorio.

UNA MONTAGNA DI EVENTI

DALLA PITINA AI PRESEPI: LE TOP EXPERIENCE FINO A DICEMBRE

Prosegue anche in autunno "Una Montagna di Eventi", la rassegna promossa da TEF – Territorio Economia Futuro, dalla Magnifica Comunità di Montagna Dolomiti Friulane, Cavallo e Cansiglio e dal Comune di Meduno. Fino a dicembre il calendario propone numerosi appuntamenti gratuiti dedicati alla scoperta del territorio attraverso cultura, enogastronomia, natura e tradizioni. Le Top Experience di ottobre saranno un omaggio ai sapori della Val Tramontina. Sabato 10 ottobre a Tramonti di Sopra sarà protagonista la Pitina IGP, presidio Slow Food e simbolo della gastronomia locale. Durante "La Regina della Val Tramontina", lo chef **Luca Manfè**, vincitore di MasterChef USA, accompagnerà i partecipanti in un laboratorio degustativo tra visita all'affumicatoio e reinterpretazioni della tradizione culinaria friulana. L'esperienza proseguirà domenica 11 ottobre a Tramonti di Sotto con "Gusto e Bellezza", laboratorio dedicato alle erbe aromatiche e ai fiori edibili. Insieme allo chef **Robert Tonial**, i partecipanti scopriranno profumi, tecniche e ricette attraverso un percorso pratico che culminerà con una degustazione ispirata ai prodotti del territorio.

Il grande interesse riscosso da entrambe le iniziative ha già portato al sold out, confermando il crescente successo di un turismo esperienziale capace di valorizzare le eccellenze locali. La rassegna proseguirà poi nel periodo natalizio con altre due Top Experience. Sabato 12 dicembre l'evento "Volare le montagne" porterà a Meduno **Marco Milanese**, guida alpina, base jumper e parapendista di fama internazionale, che racconterà il proprio rapporto con la montagna e le esperienze raccolte nel libro omonimo, proprio nella terra del Monte Valinis, tra le capitali europee del volo libero. Il gran finale sarà domenica 13 dicembre a Poffabro, con "Presepe tra i presepi": una passeggiata guidata tra uno dei borghi più belli del Friuli Venezia Giulia, impreziosito dai tradizionali presepi natalizi, completata dall'ingresso al Centro Visite del Parco Naturale Dolomiti Friulane dedicato alla storia e all'artigianato della Val Colvera. Le Top Experience rappresentano gli appuntamenti di punta di "Una Montagna di Eventi", ma sono affiancati da un ricco programma di escursioni, attività per famiglie e iniziative dedicate alla scoperta del territorio. Tutti gli eventi sono gratuiti, con prenotazione obbligatoria sul sito Pordenone With Love, dove è disponibile il calendario completo della rassegna.



NEWS CCIAA

PORDENONE-UDINE

www.pnud.camcom.it

PEC: cciaa@pec.pnud.camcom.it

Ci trovi a

PORDENONE

Corso Vittorio Emanuele II, 47

tel. 0434 3811

urp@pnud.camcom.it

Ci trovi a

UDINE

Piazza Venerio, 5

tel. 0432 273111

urp@pnud.camcom.it

ORARI APERTURA AL PUBBLICO

Da lunedì a venerdì, 08:30-12:30



Gli uffici ricevono **SOLO SU APPUNTAMENTO**.

Inquadrare il QR code per informazioni sugli appuntamenti.

REGISTRO IMPRESE STORICHE

Termine presentazione domande: 30 settembre 2026

PROGETTO "MAGNIFICA MONTAGNA"

Consulta il programma delle attività

EPR E NUOVO REGOLAMENTO IMBALLAGGI (PPWR)

Servizio di consulenza

IL REGOLAMENTO UE 2023/1115

SULLA DEFORESTAZIONE

webinar - 07 ottobre

PUNTO ORIENTAMENTO PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Servizio di consulenza su deposito e tutela titoli

PERITI ED ESPERTI

Iscrizioni online sulla piattaforma ServiziOnline



STORIE DI ALTERNANZA

Domande entro il 09 ottobre 2026 (ore 17:00)

La Camera di commercio di Pordenone-Udine aderisce al Premio "Storie di alternanza e competenze", un'iniziativa promossa da Unioncamere e dalle Camere di commercio italiane con l'obiettivo di valorizzare e dare visibilità ai racconti dei progetti di alternanza scuola - lavoro (ora FSL) ideati, elaborati e realizzati dagli studenti e dai tutor degli istituti scolastici italiani di secondo grado. L'iniziativa premia a livello locale e nazionale i migliori racconti multimediali (video della durata massima di 5 minuti) realizzati dagli studenti riguardanti le esperienze di alternanza scuola - lavoro.

STUDI STATISTICA E PREZZI

INDICI FOI SENZA TABACCHI

Diffusione il 16 ottobre (dalle 13:00)

PREZZI PRODOTTI PETROLIFERI

Diffusione quindicinale

PREZZI PRODOTTI RILEVANTI

Rilevazioni settimanali

LISTINO DEI PREZZI ALL'INGROSSO

Rilevazioni mensili

OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL FVG

Diffusione semestrale

ECONOMIA INSEDIATA

Diffusione semestrale

EXCELSIOR INFORMA

Rilevazioni mensili dei fabbisogni occupazionali delle imprese

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

SEGUICI SUI CANALI FACEBOOK, YOUTUBE, LINKEDIN E INSTAGRAM E ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER!

