

Aspettando l' Euroregione



alle pagine 20, 21

Export 2005, Udine al primo posto nel Triveneto

di Adalberto Valduga*

In questo periodo di vigilia elettorale, in cui le buone notizie trovano spesso difficoltà ad avere il giusto rilievo, non è stato particolarmente sottolineato il risultato ottenuto dalla provincia di Udine per quanto riguarda l'esportazione 2005 dei propri prodotti.

La crescita rispetto al 2004 è risultata del +11,2%, da 3692 a 4105 milioni di euro: un dato importante sia percentualmente, che in valore assoluto; un incremento percentuale che colloca Udine

al primo posto tra le province del Triveneto ed ai primissimi posti in Italia, escludendo alcune province i cui risultati appaiono "inquinati" dall'effetto petrolio (Siracusa, Cagliari, etc.).

L'aumento realizzato da Udine ha compensato in parte il -39,6% della provincia di Gorizia, limitando al -2,4% la contrazione export dell'intera Regione Friuli Venezia Giulia, anche se le variazioni della provincia di Gorizia sono spesso determinate dalla data di consegna delle navi Fincantieri costruite nei cantieri di Monfalcone.

Un risultato quello ottenuto da Udine, significativo anche in valore assoluto, considerando che i 4105 milioni di euro rappresentano il 43% dell'esportazioni regionali, contro il 33% di Pordenone, il 12% di Trieste e il 12% di Gorizia.

Una crescita realizzata in virtù delle performances di alcuni settori, quali metalli e prodotti in metallo, macchine ed apparecchi meccanici, macchine elettriche ed apparecchiature elettriche ed elettroniche, che incidono complessivamente per il 60% delle esportazioni della provincia di Udine.

Un dato che conferma la ripresa dopo la flessione 2002/2003, con una crescita negli ultimi 10 anni del +31% a prezzi correnti e del +20% a prezzi costanti.

Un risultato quindi molto positivo, che evidenzia peraltro anche punti di criticità in alcuni settori (tessile, abbigliamento, prodotti in pelle) ed in particolare nel comparto mobili-arredo, in cui influisce sensibilmente il distretto della sedia, con un calo delle esportazioni del -9,9%, corrispondente a 84 milioni di euro.

Un dato quello del mobile negativo e preoccupante, se confrontato con

quello nazionale (-4,4%) e soprattutto con la provincia di Pordenone, che cresce nello stesso comparto del +4,3%.

La conferma ottenuta dai numeri, che il distretto del mobile dell'Alto Livenza cresce, mentre quello della sedia continua a perdere terreno, sottolinea ancora una volta la necessità di interventi immediati per ottenere un'inversione del trend, tra cui prioritaria appare la crescita dimensionale dell'impresa, anche di quella operante nella subfornitura, che possa consentire di realizzare il cambiamento necessario per ga-

rantire la continuità del distretto.

Un ruolo determinante spetterà alla costituenda agenzia del distretto, attraverso la quale le imprese e le loro associazioni, le amministrazioni pubbliche, la Camera di Commercio e tutti i soggetti operanti sul territorio dovranno esprimere idee e progetti: in tal senso il nostro ente camerale ha garantito il suo massimo impegno, sia direttamente, che attraverso le sue partecipate Catas e Promosedia operanti nell'area a servizio dell'impresa.

*Presidente della Cciaa di Udine



Turismo:
Il congresso
cerca casa

a pag. 3



Attualità:
L'enigma
dell'Aussa Corno

a pag. 4



Finanza:
La Borsa,
un vero affare

a pag. 23

TURISMO

Intervista a Marco Macorigh che spiega come vendere all'estero il prodotto friulano

Alla scoperta del Friuli

Enogastronomia, internet e voli gratis: solo così la nostra regione può diventare unica

di Camilla De Mori

“Wh a t ' s Friuli?”. Londinese d'adozione per lavoro, ma orgogliosamente «udinese Doc dalla punta dei piedi ai capelli», come ama dipingersi, Marco Macorigh, se l'è sentito ripetere fin troppe volte mentre girava il mondo per non capire che qualcosa, nel modo di “vendersi” del nostro territorio, non andava per il verso giusto. E da manager cresciuto con i consigli del generale “Desert Storm” Schwarzpof e dell'ex vicepresidente Usa Al Gore, trapiantato da 15 anni in Inghilterra (dove con altri 7 colleghi friulani ha fondato la società Tradinvest management, che si occupa di internazionalizzazione delle aziende e di comunicazione strategica), qualche “dritta” se la sente di darla ai guru del turismo e agli imprenditori della piccola Patria. Partendo dall'assioma che «non è possibile chiedere ai friulani di fare i romagnoli», espianando l'introversione caratteriale dal loro Dna, ribalta il problema: «Perché non sfruttare la chiusura dei friulani in senso positivo? Visto che è difficile cambiare il carattere della gente – spiega Macorigh, l'uomo che ha portato in regione Robert Jhonson, il life trainer di Bill Clinton e Bill Gates – si potrebbe fare degli slogan

al contrario. Del tipo: “Vuoi venire in Friuli? Peccato, è vietato”. Ho provato a fare il test io stesso. Ho detto ad un collega: “Mi piacerebbe averti ospite nel 2005 in Friuli, dove potresti mangiare divinamente e vedere un paesaggio magnifico. Peccato che fino al 2009 sia vietato”. Risultato? Il mio interlocutore ha subito risposto: “Ma io pago”. La dimostrazione che se si vieta una cosa, diventa subito più ricercata. Secondo me dovrebbero fare anche i friulani quando promuovono il turismo».

A voler piegare secondo i consigli di Macorigh lo “spot” della Regione, verrebbe da dire: “Ospiti ‘unici’ di gente unica”. Ma il manager udinese, che vanta consulenze in 30 Paesi del globo, non cestina affatto lo slogan coniato dagli esperti di comunicazione arruolati dal Palazzo triestino: «Funziona: lo trovo molto bello, ma bisogna viverlo fino in fondo, da parte di tutti». Perché secondo lui sono altri i “buchi neri” su cui bisognerebbe lavorare. «E' successo anche alla Dolce vita, l'evento londinese per promuovere il made in Italy cui ha partecipato anche uno stand della nostra regione (vedi articolo di ripresa ndr). Ascoltando le domande più ricorrenti di quanti lo visitavano, si capiva che la gente all'estero non sa cos'è il Friuli: solo quando si dice loro che è



In arrivo un secondo volo della Ryan Air per Ronchi, con viaggi a 10-15 euro. A lato, Marco Macorigh



fra Venezia e l'Austria, iniziano a farsi un'idea. Per superare questo problema bisogna fare gioco di squadra». Tutti insieme, aziende comprese, perché, come ha capito bene il super consulente spagnolo della Regione Josep Ejarque, un territorio tanto più “buca lo schermo” della percezione internazionale quanto più riesce a “vendersi” in pacchetto all inclusive assieme ai suoi prodotti tipici enogastronomici. Una strategia virtuosa che, purtroppo, secondo Macorigh, ancora fatica a prender piede. Un esempio? «Alla Dolce vita, c'erano delle aziende vinicole friulane, una di San Giorgio della Richinvelda e tre del Collio, ma non stavano nello stand della nostra regione, ma in quello del Merano wine international, assieme ad una quarantina di cantine di tutta Italia. C'era solo una tar-

ghetta piccola sul tavolo che diceva che venivano dal Friuli. Il consiglio, invece, è quello di andare insieme il più possibile e di cercare di abbandonare il “fasin di bessoi”, che è ancora un po' troppo presente nella mentalità di molti imprenditori». Ma non basta. Per sedurre i turisti il Friuli deve portarsi in casa. E, soprattutto, smettere di chiamarli “turisti”. «L'idea proposta dalla Regione e da Ejarque di puntare al potenziamento dei voli low cost che arrivano a Ronchi è ok. Anzi. Piuttosto che spendere 100mila euro in depliant, sarebbe meglio che la Regione regalasse duemila biglietti aerei: così chi viene farebbe da “testimone” negli altri Paesi della bellezza e delle bontà che si trovano in Friuli. Alle aziende dico sempre di cancellare il termine “clienti” e sostituirlo con “rappresentanti”, lo stesso vale per

la nostra regione: deve imparare a considerare i turisti dei “rappresentanti”. Adesso forse ci sarà un secondo volo della Ryan Air per Trieste, con viaggi a 10-15 euro: la Regione potrebbe comprare qualche migliaio di biglietti e distribuirli, magari con un concorso via Internet, considerando che gli inglesi usano il web otto volte di più degli italiani». Già, la tripla w dei miracoli, l'asso nella manica che anche il Friuli dovrebbe giocarsi meglio, secondo Macorigh. «Sulla qualità degli alberghi non si discute: qualsiasi tre stelle di Lignano è meglio di un tre stelle di Londra, dove rischi di non avere neanche il bagno in camera. Ma la connettività degli hotel va migliorata in Friuli, se si vuole avere un target medio-alto. Perché la prima cosa che un manager inter-

arriva in un hotel è: “C'è Internet?”. Altrimenti si sente fuori dal mondo. Ma quando lo ricordi ai piccoli albergatori, loro scuotono la testa, dicendo: “Al coste internet”. Anche se poi con 500 euro riesci ad avere un sistema wireless che porta il segnale in tutto l'hotel». Una volta apportate queste piccole correzioni, il gioco è fatto. Perché, ricorda Macorigh, «una volta che ti regalano il viaggio, ti portano in un posto stupendo dove può venire poca gente e ti fanno assaggiare formaggi, vini e prosciutti magnifici, chiunque resterebbe conquistato. Perché i nostri prodotti enogastronomici non hanno rivali. In Friuli trovare un posto dove si mangia male è davvero difficile. Per gli inglesi, poi, la cosa più importante è bere bene. E, su questo fronte, la nostra regione gli sembrerebbe la succursale del Paradiso terrestre».

L'EVENTO “LA DOLCE VITA”

Il “fricùt” conquista i palati inglesi

La Dolce vita “alla friulana” ha stregato Londra. Merito delle sue curve. Non quelle della burrosa Anitona a bagnomaria nella fontana di Trevi, ma le irresistibili rotondità dei cosciotti di cotto in crosta e delle impareggiabili forme di Montasio stravecchio. Un colpo di fulmine per gli inglesi. Tanto che chi c'era, dietro il banco dello stand della Regione nella seconda edizione della fiera del made in Italy all'Olympia hall di Londra (30mila visitatori in quattro giorni, di cui uno per operatori e tre aperti al pubblico) fianco a fianco con Versace e Ferragamo, già medita uno sbarco in forze oltre Manica. Ha tutta l'intenzione di non farsi sfuggire un mercato così fertile Marco Pezzetta, titolare con il fratello dell'omonima azienda di formaggi, presente al-

l'appello all'appuntamento londinese nello stand regionale assieme a Paolo Dentese, portabandiera del prosciutto friulano, alla Friulalberghi e alle gubane Giuditta Teresa, in quel “piccolo compendio di universo” enogastronomico (e il Nievo non si offenderà) che dal 16 al 19 marzo ha conquistato gli inglesi e ha fatto fare un figurone alla nostra regione, che ha potuto rivaleggiare da pari a pari con le ben più blasonate (enogastronomicamente, s'intende) Toscana, Sicilia e Campania. «Abbiamo venduto molto bene, la gente si è dimostrata interessata ai nostri prodotti. – dice Pezzetta, alla guida di un'azienda di stagionatori che da 80 anni a Fagnaga distribuiscono il “formadi” friulano – Il Montasio, soprattutto quello stagionato oltre i 12 mesi, è andato come il pane: lo

hanno paragonato al Parmigiano Reggiano, il che per noi è un onore. In fiera siamo venuti per la prima volta quest'anno, un po' ad esplorare il terreno, invitati da Friulalberghi, che già l'anno scorso aveva partecipato all'evento. Quest'anno l'approccio è stato diverso: la scelta di legare la promozione del territorio all'enogastronomia è stata azzeccata. E' andata molto bene, tanto che stiamo valutando di aprire un mercato verso l'Inghilterra». Un plauso alla politica della Regione («la strada imboccata è quella giusta»), un rabuffo ai colleghi imprenditori: «Alcuni produttori di vino friulani erano presenti in un altro stand. Io sono contrario a questa politica perché si fa meglio quanto più si è uniti. La forza sta nel gruppo: andare soli non ha senso. Dirò alla Regione e al Consorzio

che la prossima volta che ci sarà una fiera così importante ci avvertano in tempo, così ci organizziamo per muoverci in tanti. In Inghilterra ci sono 60 milioni di abitanti, Londra ne ha 12 milioni: c'è spazio per tutti». A far breccia nel palato dei londinesi è stato soprattutto il frico versione snack. «Lo abbiamo ribattezzato “fricùt” e lo commercializziamo in scatole da 80 grammi: in fiera è stato molto apprezzato».

E pazienza che Gianluca Vialli, testimonial in biancorossoverde assieme all'ambasciatore a Londra, per mantenere la “linea” abbia snobbato gli assaggi («Non ha mangiato nulla – dice Dentese – perché assaggiava tutto sarebbe diventato un pallone!»). Gli inglesi non si sono fatti pregare di fronte al cotto in crosta preparato con la

sapienza di chi ne fa 150 quintali al giorno. «I visitatori della fiera sono rimasti molto colpiti dai nostri prodotti, soprattutto dal salame. Questo appuntamento in Inghilterra ci è servito a guardarci in giro, per vedere se esordire in Europa. Finora, infatti, il nostro mercato è soprattutto nazionale», spiega il titolare dell'omonimo prosciuttificio, attivo da 52 anni, con tre stabilimenti e uno di prossima inaugurazione a San Daniele e una media di 12mila cosciotti di crudo Dop prodotti ogni anno. Anche lui convinto che l'unione fa la forza. «Siamo andati alla Dolce Vita con Pezzetta e gli altri prodotti perché uscire come regione è molto importante – dice Dentese – E' un modo per aumentare la visibilità del Friuli all'estero».

C.D.M

UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:
Adalberto Valduga

Direttore responsabile:
Davide Vicedomini

Editore:
Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine

Progetto grafico:
Colorstudio

Impaginazione/Fotoliti:
Graphic Linea sas

Stampa:
Editoriale Fvg

Fotoservizi:
Foto Agency Antepima

Archivio:
C.C.I.A.A. - Antepima

Per la pubblicità rivolgersi a:
EURONEWS
Tel. 0432 512270-292399-202813
La tiratura del mese di febbraio è stata di 52 mila copie

TURISMO

Il turismo congressuale non prende piede in Friuli. Le opinioni degli operatori

Il congresso cerca casa

Da più parti si chiede la creazione di un Convention Bureau unico per tutta la regione

di Carlo T. Parmegiani

Sebbene il turismo congressuale, stando agli ultimi dati disponibili (vedi articolo sotto), sia la principale voce del fatturato turistico nazionale, nella nostra regione è ancora debole. Malgrado una discreta presenza di sale convegni (anche se quasi tutte medio piccole), infatti, la capacità della regione, di attrarre convegni e congressi che superino l'ambito locale, rimane piuttosto modesta.

Perché il Fvg si trova in questa situazione e come è possibile migliorarla? Può essere utile dar vita a livello provinciale ad un Convention Bureau che si occupi di stimolare l'incoming di congressi nella nostra regione o sarebbe meglio farne uno unico per promuovere l'intera regione unitariamente? Le opinioni degli operatori del settore sono piuttosto diversificate.

"In regione - dice Marina Della Pietra, contitolare della MD Studio Incentive e Congressi di Udine - problema principale è la mancanza di strutture adatte ad ospitare grandi congressi e di un numero sufficiente di alberghi di livello adeguato a questo tipo di attività. Anche la ristorazione costituisce un ulteriore problema - continua Marina Della Pietra - perché

è difficile mettere a tavola tre o quattrocento persone tutte in una volta. Lo si può fare al Castello di Susans e in pochi altri posti. E' un vero peccato perché la regione in sé avrebbe diversi motivi di attrazione per un turismo congressuale di livello. Prima di poter diventare competitivi con la Slovenia, che ultimamente ha fatto passi da gigante, o con Venezia, c'è bisogno di adeguare le strutture esistenti. Bisognerebbe, poi, anche incentivare le strategie di marketing del turismo sostenendo, ad esempio, la grande attività di promozione che sta facendo la Fiera di Udine. Certo - conclude - sarebbe utile se si riuscisse a creare un organismo unico di coordinamento regionale, ma dovrebbe essere sopra tutti, indipendente e in grado di agire sulle strategie affrontando in maniera integrale il problema".

"Bisogna tener presente - afferma Edoardo Marini, dell'Hotel Là di Moret di Udine - che il turismo congressuale predilige mete di fascino ed Udine, purtroppo, non rientra fra queste. Non è proprio vero - aggiunge - che le strutture non ci sono, basta pensare alla splendida sala congressi di Grado o al teatro di Udine che viene utilizzato anche per ospitare congressi. Quanto alla ricettività è difficil-



mente incrementabile se si considera che, già nella situazione attuale, gli alberghi di Udine hanno percentuali di riempimento piuttosto basse. Per attrarre il congressuale, però, bisogna migliorare l'immagine della regione incrementando il marketing e la promozione come sta facendo ultimamente la Regione. Anche se si può migliorare, però, non possiamo aspettarci comunque, numeri da capogiro. Per quanto riguarda le strutture, per incentivare l'incoming - conclude Marini - non credo ci sia la necessità di crearne di nuove, basterebbe far funzionare meglio quelle che già ci sono".

"Dobbiamo smetterla di ragionare in modo provinciale - sostiene la presidente di Udine Fiere, Gabriella Zontone -, dobbiamo cominciare a pensare alla regione come unicum. In Fvg riusciamo a spostarci da un capoluogo all'altro in quaranta

minuti, quindi possiamo tranquillamente organizzare anche grandi congressi, purché si riescano a coordinare tutti i soggetti coinvolti. In questo senso sarei favorevole alla creazione di un Convention Bureau unico per tutta la regione che potesse gestire la promozione e l'incoming per tutti. Come ci vuole una regia unica per tutte le fiere, ci vuole anche per la gestione del turismo congressuale".

"Non credo che valga molto la pena di investire nel turismo congressuale - dice Furio Cepile, amministratore del Kursaal di Lignano-, noi ci abbiamo anche provato, ma non siamo riusciti ad incrementare più di tanto la quota di 10/15 congressi che organizziamo ogni anno, anche perché abbiamo dovuto fare tutti da soli. E' vero che Lignano ha la necessità di allungare la stagione turistica e molte camere disponibili fuori stagione, ma è altrettanto



Grazie al castello di Susans e al Teatro Giovanni da Udine un turismo congressuale in Regione è possibile

gli spazi, manca una logistica adeguata. Già organizzare l'incoming per 200 persone ci mette in difficoltà. Abbiamo un contesto regionale splendido, dove possiamo offrire un turismo non massificato ed originale, ma per attrarre la congressualistica dobbiamo organizzarci. In questo senso sarebbe utile la creazione di una struttura dedicata che si occupasse di coordinare le diverse strutture congressualistiche, alberghiere e di servizio dell'intera regione, che va 'venduta' integralmente. Dandoci da fare, potremmo evitare che la prossima volta i 1500 bulgari al seguito del Levsky Sofia vadano a dormire a Jesolo, perché a Lignano era tutto chiuso".

"La percentuale di convegni - afferma in conclusione una responsabile dell'Hotel Executive di Udine che preferisce rimanere anonima - è già in continuo aumento, ma penso che potrebbe crescere se ci fosse una struttura che coordinasse tutti i soggetti coinvolti, gestisse l'incoming e si occupasse della promozione del congressuale presentando l'offerta complessiva della nostra regione".

I DATI DELL'OSSERVATORIO ITALIANO CONGRESSUALE

Un giro di affari in netta crescita

Il turismo congressuale è oggi la principale fonte di turismo in Italia. Lo dicono i dati (riferiti al 2004) dell'Osservatorio Italiano Congressuale dell'Università di Bologna secondo il quale il settore con un fatturato complessivo (comprensivo dell'indotto generato nella ristorazione, nei pernottamenti, nei trasporti, nella gadgetistica, ecc.) di 22,5 miliardi di euro si aggiudica una quota del mercato turistico nazionale pari al 26%, rispetto al 23,6% del turismo d'arte e al 23,2 del turismo balneare. Nel 2004 si sono realizzati circa 109.000 eventi, fra congressi, meeting, convegni, workshops, ecc., con un aumento sul 2003 di oltre il 16%. Questi appuntamenti hanno portato nelle sale convegni oltre 17 milioni di congressisti che hanno "consumato" circa 12,5 mi-



I DATI 2004 DELL'OSSERVATORIO CONGRESSUALE ITALIANO	
Numero di incontri	109.792
Numero di partecipanti	17.714.671
Pernottamenti	12.671.833
Totale fatturato (compreso l'indotto come ristorazione, pernottamenti, ecc.) in milioni di euro:	22.577

lioni di pernottamenti alberghieri.

Secondo lo studio, il settore congressuale è dotato di imprese con grandi capacità produttive e notevole

dinamicità, ma non viene adeguatamente promosso sui mercati internazionali. La congressualistica è un mercato mondiale in cui centri congressi, location

alberghiere, intere città e regioni si sfidano per attrarre i convegnisti. Molto spesso la promozione viene affidata a apposite strutture, normalmente denominate Convention Bureau, che in Italia sono ancora meno diffusi che in altri Paesi e di costituzione piuttosto recente (l'ultimo dato disponibile parlava di 32 strutture del genere, di cui una a Trieste). Proprio per questa debolezza organizzativa, oltre che per la mancanza di strategia, l'Italia sconta una scarsa presenza sul mercato internazionale che, infatti, presenta una bilancia dei pagamenti relativa ai flussi valutari per motivi congressuali ancora negativa.

Altra carenza del settore in Italia è data dal fatto che le nostre aziende congressuali hanno, rispetto alle straniere, costi unitari

di produzione superiori. Malgrado queste pecche (alle quali per altro si sta tentando di porre rimedio) il settore del congressuale italiano offre interessanti prospettive se è vero, come ha recentemente sostenuto il presidente di Federcongressi, Adolfo Parodi, che ogni lira spesa in sala congressuale ne genera almeno dieci di indotto. Dei 22,5 miliardi di euro fatturati, solo poco più di mezzo è ascrivibile alle sale congressi e ai servizi congressuali in senso stretto, mentre oltre 7,5 miliardi vengono spesi dai congressisti in trasporti extra-urbani, 6,2 in pernottamenti e 1,8 in ristoranti, bar e affini.

In una situazione generale del mercato congressuale italiano che viene soddisfatto in grande maggioranza dalle strutture alberghiere (+16,5% nel

2004) con eventi di piccole dimensioni (115 partecipanti in media), un'altra necessità è quella di far crescere le strutture congressuali non alberghiere e particolarmente quelle di dimensioni maggior che possono inserirsi sulle fasce di mercato più qualificate a livello internazionale. Il 2004, secondo l'Osservatorio, è stato un anno positivo in tal senso visto che le strutture non alberghiere hanno registrato un aumento da 5,9 milioni di congressisti nel 2003 a oltre 7 nel 2004 (+17,9%) e i palacongressi in particolare, che sono le strutture più grandi, hanno aumentato i partecipanti agli incontri del 38,55%. Dati positivi, dunque, ma molto ancora si può fare per conquistare un mercato che continua ad espandersi e a generare ricchezza.

C.T.P.

ATTUALITÀ

Torna a far parlare di sé la zona industriale della Bassa. In arrivo nuove aziende

L'enigma dell'Aussa Corno

Rimangono però insoluti i mancati dragaggi dei fanghi che hanno riempito i canali

di Francesco Cosatti

Aussa Corno, il motore della Bassa che vuol tornare a rombare. C'è voglia di recuperare i traffici, aprire nuove attività, aumentare profitti e vendite: queste le sensazioni di chi si muove attorno alla zona industriale dell'Aussa Corno, uno dei motori economici della regione. Nell'area di circa 10.000.000 metri quadri, perfettamente infrastrutturata, sono oggi insediate 85 aziende, con un totale di 2500 dipendenti diretti. Un centro nevralgico collegato via terra con l'autostrada Venezia-Trieste-Tarvisio, via ferrovia con un raccordo alla linea Venezia-Trieste e al vicino scalo ferroviario di Cervignano del Friuli e all'Interporto Alpe Adria; e via mare con il Porto Nogaro. Porto Nogaro è un porto fluviale cui si accede dal mare Adriatico, il terzo della regione dopo Trieste e Monfalcone, attraverso un canale translagunare, ed il canale navigabile dell'Aussa Corno di circa 4 miglia. Lo scalo si articola nelle due strutture di Porto Vecchio e Porto Margreth e nella banchina privata delle ex Industrie Chimiche Caffaro cui si accede tramite il canale artificiale Banduzzi. Su quale sia lo stato di salute della zona industriale dell'Aussa Corno, parla Tullio Bratta il presidente del consorzio per lo sviluppo industriale della zona dell'Aussa Corno; un ente pubblico economico il cui scopo è quello di promuovere lo



Anche il magnate russo Roman Abramovich pare interessato a investire nell'Aussa Corno

sviluppo economico dell'area, favorendo il sorgere di nuove iniziative industriali e la creazione e lo sviluppo di attività produttive e di servizi. «In questo momento i problemi maggiori della Ziac derivano dalla questione dei mancati dragaggi dei fanghi, che hanno diminuito i traffici delle navi attraverso i canali». La necessità dei dragaggi incontra però il problema del trattamento dei fanghi estratti, per il quale oggi non vi è l'impianto la cui realizzazione dovrebbe essere affidata al consorzio depurazione laguna. «Grazie alla multisettorialità delle nostre risorse - continua Bratta - non c'è stato però nessun tracollo. Nella Ziac trovano spazio aziende che vanno dal settore siderurgico, al legno, al chimico, al tessile, dal meccanico alla cantieristica navale. Una

realtà dinamica in continua evoluzione. Il Consorzio per lo sviluppo della Ziac - spiega Bratta - sta infatti acquisendo nuove aree, che in breve tempo potranno essere offerte alle aziende che hanno fatto richiesta. Ma quante sono queste richieste? «Più di quelle che si potrebbe immaginare: aziende sia italiane che con partecipazione estere (si è parlato addirittura di un interesse di Roman Abramovich, il magnate russo ndr) di diversi settori come il chimico, il manifatturiero, o la trasformazione di prodotti agricoli. La Ziac ha un forte desiderio di recuperare i traffici perduti e allargare ulteriormente i propri orizzonti». Nuove realtà produttive dunque, ma quali possono essere le ricadute sul territorio? Prova a rispondere il sindaco di San Giorgio di

Nogaro, Pietro del Frate: «Ovviamente innumerevoli, data la grandezza di un sito come quello della Ziac, rapportato a delle realtà limitate come i comuni che gli stanno attorno come San Giorgio di Nogaro, Carlino, Terzo d'Aquileia, Torviscosa e Cervignano. Per questo l'amministrazione comunale deve vigilare sull'importante impatto ambientale che la Ziac ha sul territorio, ed è in questo senso che si rivolgono gli impegni economici del paese, oltre ovviamente a favorire lo sviluppo delle infrastrutture, strade e altre opere, utili sia per chi utilizza la Ziac che per tutti i cittadini». Nuovi investimenti per il futuro che creano ottimismo, non solo per l'economia della bassa friulana ma di tutta la provincia di Udine. Così spiega l'assessore provin-

ziale agli enti locali Paride Cargnelutti. «La provincia di Udine è l'ente che ha dato vita alla zona industriale dell'Aussa Corno e di cui detiene il 45% delle azioni. La situazione di quest'importante moto di sviluppo economico dell'intera Regione sta molto a cuore, ed è per questo che ci siamo mossi per portare attorno a un tavolo tutte le varie realtà: le amministrazioni comunali, il consorzio, le aziende private e ovviamente la Regione. Purtroppo sulla Ziac, nel recente passato è stato fatta una mossa sbagliata e un'altra azione è stata invece mancata: nulla è stato fatto nell'attesa che i canali si riempissero di fango, motivo per cui poi è intervenuto il commissario, i tempi si sono allungati e i traffici commerciali sono diminuiti di più del 35%. L'errore è stato

invece quello di inserire l'Aussa Corno nella lista nazionale dei siti inquinati. Questo obbliga tutte le nuove aziende che vogliono inserirsi in questa zona all'atto della caratterizzazione, che le obbliga ad attendere dai tre ai quattro anni prima di incominciare l'attività» Cargnelutti si sofferma poi sul ruolo della Provincia per il futuro dello sviluppo della Ziac «La provincia continuerà a puntolare tutti gli enti interessati all'Aussa Corno, in special modo la Regione, che fin'ora però ha sentito poco le nostre richieste. La Provincia di Udine ha accantonato 13 milioni di euro per infrastrutture stradali di collegamento alla Ziac. Per questo desidereremmo che anche la giunta Illy garantisse nel tempo maggiori investimenti, come ha fatto per altre zone del Friuli».

LIGNANO - STAGIONE ESTIVA 2006

Il gran ritorno dei tedeschi

Fitness, cultura e servizi di qualità: ecco l'estate di Lignano. A poco meno di due mesi dal via della stagione estiva 2006, è già pronto il programma dell'offerta dei servizi di una delle 'capitali' delle vacanze Made in Friuli, Lignano Sabbiadoro; tra gli obiettivi principali, c'è quello di riconquistare la clientela tedesca, che da un paio d'anni, ha risposto in numero minore alle proposte del litorale friulano. «In questo senso - spiega il presidente di Lignano Pineta s.p.a Giorgio Ardito - le sensazioni per la prossima estate sono positive, con un probabile ritorno di tedeschi e austriaci;

questo anche grazie alla promozione dell'offerta di Lignano sia nel circuito nazionale che internazionale con un nostro stand alle fiere di Vienna e Monaco di Baviera, e pubblicità e sponsor sui quotidiani con sede a Berlino. In più a Lignano stiamo preparando un piano speciale che vuole coinvolgere i turisti dei viaggi low cost. Attenzione soprattutto alla tratta in volo economico della Ryan Air, Berlino - Treviso con l'intento di collegare l'aeroporto veneto a Lignano con un servizio di bus navetta». Ma quali sono gli assi che mette sul tavolo Lignano, nella sua proposta di servizi? «Quest'anno si punta

decisamente su Fitness, sport, cultura e servizi di alta qualità: sulla spiaggia saranno organizzati e ben segnalati con l'adeguata cartellonistica tre maxi ritrovi per fare ogni giorno ginnastica e fitness sulla sabbia. Spazio poi alla pallavolo, alle bocce con i tre rinnovati campi e al basket, con il Beach and Basket (15 e 16 luglio), Summer League (24-31 luglio) e il 6+6 basket non stop (4-7 agosto). Da quest'anno ritorna poi il parafly, il paracadute trainato dal motoscafo che piace moltissimo ai giovani. Dal 18 al 23 luglio poi la festa del calcio a 5 con il Lotto Challenge». Lignano Pineta vuole essere

poi anche il centro estivo della cultura. «Si riparte il 15 giugno con gli incontri con l'autore e con il vino. Dodici appuntamenti fino a settembre che vedranno coinvolti i più importanti nomi della letteratura contemporanea. Agli incontri si aggiungono anche le cene con l'autore e il tour delle cantine». Il primo di quest'incontri sarà dedicato a "Lignano ti racconto", l'iniziativa che vede la promozione del libro di racconti brevi ambientati a Lignano, realizzato dai partecipanti al corso di scrittura creativa dell'anno scorso e che anche quest'anno si effettuerà la terza settimana di agosto, a cura

La nuova sedia per disabili che sarà presente negli uffici spiaggia di Lignano



dello scrittore Alberto Garlini.

Per quanto riguarda i costi di una vacanza a Lignano? «Unire il servizio di qualità a un prezzo giusto - spiega Ardito - è alla base della nostra offerta, e monitoriamo con attenzione quest'aspetto. In più sono stati creati dei speciali pacchetti per le vacanze: a chi affitta l'ombrellone per almeno

6 giorni, verrà consegnato un carnet di sconti e entrate gratuite in negozi, esercizi commerciali, parchi divertimento, discoteche e attrattive di ogni genere. Un motivo in più per scegliere Lignano, per il divertimento e il relax dell'estate 2006».

Fra. Cos.

IMPRESE

L'antica calzatura carnica rivive nel negozio La Lombarda di proprietà di Deda Meriggi

Scarpets hollywoodiane

Tra le clienti anche donne famose, come la regina Beatrice d'Olanda e Sharon Stone

di Simonetta D'Este

"Ho creduto negli scarpets perché sono calzature con un fondamento, non inventate dalla moda del momento. Quindi hanno in loro una verità e per questo motivo sono credute. E poi non c'è maggior valore di una lavorazione dal sapore antico, con una sua identità".

Deda Meriggi presenta così, con concetti concreti e semplici, il suo progetto vincente di riproporre, in versione riveduta e impreziosita, l'antica calzatura friulana, che vestiva i piedi delle nonne e dei nonni carnici, realizzata con la tomaia di velluto e la suola di copertone, il tutto cucito rigorosamente a mano dalle donne di casa. L'intuizione della signora Meriggi è nata dall'amore per la tradizione e per la terra che le ha dato i natali ed è stata inizialmente accolta nel mondo dei produttori con molta indifferenza e anche un pizzico di ironia.

"La Camera di Commercio nell'86 diede la possibilità ai calzaturifici di San Daniele, Gonnars e zone limitrofe di partecipare alle fiere nel Mondo. - ricorda Deda Meriggi - Tutti presentarono scarpe col tacco, sofisticate, mentre io pensai di proporre gli scarpets, perché non c'è nulla di più azzeccato che realizzare ciò che si è capaci di fare: in questa terra è nata la pantofola. E poi mi sembrava un peccato perdere una tradizione".

Non è stata una scelta semplice, però, puntare su un prodotto che ormai tutti consideravano superato e quasi improponibile ai giorni d'oggi.

"Sono nata e vissuta in mezzo alle scarpe. - spiega - La calzatura era un bene di famiglia, tra-



mandato da mio nonno a mio padre. Poi, personalmente, mi sono appassionata alla scarpa antica e alla ricerca della lavorazione friulana. Gli scarpets sono stati abbandonati, era quasi una vergogna indossarli, perché forse ricordavano momenti difficili di un passato nemmeno troppo lontano. Ho semplicemente pensato di valorizzarli, facendoli diventare una moda, ingentilendoli e nobilitandoli attraverso i materiali e il design. Sono fatti di velluto, che è un materiale molto affascinante, e poi negli Anni '80, quando ho deciso di lanciarli, si spaventavano bene con la moda del tempo, come del resto accade oggi. In questo momento si usano molto le gonne e non c'è miglior abbigliamento per indossarli. Però riconosco che ho fatto miracoli, perché un progetto di questo tipo ha bisogno del supporto di un'esposizione giusta e ho investito davvero molto".

E la scelta è stata vincente, visto che gli scarpets sono apprezzati in tutta Italia e anche all'estero,

e non solo dalle appassionate! La signora Deda non vuole parlarne, ma tra le sue clienti ci sono donne importanti e famose, come la regina Beatrice d'Olanda e Sharon Stone (anche se difficilmente vedremo le babbucce friulane ai suoi piedi del nuovo Basic Instinct...).

Ma non solo, perché i suoi scarpets e i suoi stivali (si tratta di calzature realizzate con gli stessi materiali e la stessa lavorazione delle ciabattine, ma dalla forma diversa) sono esposti al Micam di Milano e in uno show room in via Montenapoleone, nel cuore della moda milanese, come a New York, da Barney's, e Tokyo, dove i suoi modelli acquistano anche un valore aggiunto. Il suo marchio "Scarpets-à-porter" compare accanto a quello di stilisti di fama mondiale, mentre Dolce e Gabbana e Armani hanno scelto le sue calzature friulane per le loro sfilate.

"Abbiamo saputo che a New York sono stati venduti degli stivaletti a 350 euro! D'altra parte stiamo parlando di un prodotto

senza concorrenza, e i buyers stranieri possono giocare con il loro valore aggiunto. Nel nostro mercato, però, parliamo di un costo degli scarpets che oscilla tra i 40 e i 48 euro, e degli stivali tra i 45 e i 58 euro. Poi molto dipende dal tipo di materiale con il quale sono realizzati".

E' un prodotto che può essere anche economico, quindi.

"Assolutamente sì, fa-

cile da indossare e soprattutto comodo. Molto informale: le signore milanesi, per esempio, li portano ai ricevimenti in casa, o a teatro. Sono bellissimi ai piedi delle spose che scelgono abiti etnici... Però resta pur sempre un prodotto di nicchia".

Quale può essere il futuro dei scarpets?

"Partendo dal fatto che, come ho già detto, si tratta di un prodotto di nicchia,

il marchio Scarpets-à-porter è richiestissimo da signore affascinanti come Sharon Stone



che come tale dev'essere capito ed apprezzato per essere indossato, credo ci possano essere dei margini di incremento. Ma è necessario l'aiuto del Friuli e in Friuli. Nella nostra regione si punta molto alla promozione dell'eno-gastronomia, cosa giusta, però potrebbe essere utile anche avere un occhio di riguardo per questo genere di prodotti. Stiamo parlando di qualcosa di profondamente friulano, radicato nella tradizione. I margini sono bassi, perché lo sono i costi, ma si potrebbe davvero arrivare a grandi numeri".

Qual è il sogno nel cassetto di Deda Meriggi?

"Mi piacerebbe realizzare un prodotto di gran lusso e così poterlo portare alla mostra del lusso di Verona. E' qualcosa a cui sto pensando da un po' di tempo... Vedremo se sarà possibile rendere realtà quest'idea. Molto dipenderà anche dal calzaturificio che si occupa della realizzazione delle calzature. L'intenzione c'è".

Profilo d'impresa

In attesa di un nuovo boom

La produzione degli scarpets di Deda Meriggi avviene rigorosamente in Friuli. Nella seconda metà degli Anni '80 la produzione di queste calzature, chiamate anche scarpe, scarpets o furlane, raggiungeva il numero di 32 mila paia nell'arco di un anno. Ora i numeri sono diversi, di molto inferiori, quasi per scelta della Meriggi, ma la produzione potrebbe di nuovo aumen-

tare grazie alla partecipazione di un calzaturificio in grado di sostenere un ritmo di lavoro elevato.

E questo perché gli scarpets piacciono.

Se il prodotto venisse inserito nei canali giusti, potremmo trovarci di fronte a un altro boom, dopo quello degli inizi. Accanto alla produzione delle ciabattine nostrane, la Scarpets-à-porter realizza anche stivali con gli

stessi criteri di produzione.

Le calzature sono esportate, dal Giappone al Kuwait, dagli Stati Uniti all'Olanda, si possono trovare nelle vetrine dei negozi di lusso di Roma, Milano (in via Montenapoleone c'è uno show room), Firenze e Venezia, ma si possono trovare anche nei negozietti del Friuli. E al negozio di calzature La Lombarda, di proprietà della signora Meriggi.

LA NUOVA COLLEZIONE

Un'ispirazione che risale al '700 di Linussio

La nuova collezione di scarpets del marchio Scarpets-à-porter ha preso lo spunto dal passato per guardare al futuro. Le realizzazioni della signora Meriggi sono profondamente legate al Friuli di un tempo, perché le stesse babbucce sono un pezzo della storia friulana. Questa volta l'ispirazione arriva dal '700 di Giacomo Linussio, personaggio importante del

tempo, nato a Villamezzo di Paularo, l'8 novembre 1691. Fin da ragazzo si rese conto dell'importanza di portare lavoro in Friuli e soprattutto in Carnia. Decise di riportare in Patria l'esperienza dei tessitori emigrati all'estero, e ci riuscì. Costruì una fabbrica a Tolmezzo che contava più di millecento telai ed era il più grande dei cinquanta centri di filatura che aveva in Friuli.

Nel 1726 oltre tremila famiglie lavoravano per suo conto e la produzione annuale raggiungeva le quarantamila pezze, pari ad un milione e trecentomila braccia di tela, senza contare i panni di canapa e le vele per le navi, stabilendo in Carnia, come dice lo Zanon, "la più grande manifattura di teli che sia in Europa, tanto riguardo all'ampiezza e magnificenza della fabbrica,

come alla qualità del prodotto".

A questa mentalità, ma soprattutto alla bontà dei suoi prodotti, ai broccati e ai pizzi di quel Linussio, si ispira la collezione degli scarpets. Non più umili calzature di velluto, indossate nere dagli uomini e con i ricami dalle donne, ma oggetto diventato ricercato e richiesto dalle signore "bene". Un tempo queste calzature

venivano realizzate totalmente a mano dalle donne attorno al foggolar, con il particolare interno della tomaia rivestito con uno strato di juta.

Risultava particolarmente faticosa la realizzazione delle soles, ognuna delle quali prevedeva circa 1500-2000 nodi, fatti con un filo di spago che attraversava altrettante volte una superficie composta da cen-

tinaia di strati di panno bianco, ricavato da lenzuola dismesse. Da ultimo veniva cucito il rivestimento della suola costituito spesso da un copertone di bicicletta usato. Il tallone poteva essere alto oppure basso.

Ora non resta che aspettare di ammirare le nuove creazioni di Deda Meriggi e verificare direttamente le novità di materiali e di stile.

IMPRESE

Dal 1880 l'amore per la terra lega i Stocco. Un successo costruito negli anni

Una tradizione secolare

L'azienda agricola è nota anche in Germania. Non mancano i riconoscimenti

di Francesca Pelesoni

La famiglia Stocco abita a Bicinicco fin dal 1880 e, da oltre 100 anni, tramanda di padre in figlio l'amore per terra e la passione per il proprio lavoro. Quello di Andrea, Paola e Daniela era quasi un destino segnato: seguire le orme di papà Giordano che, a sua volta, aveva ereditato i primi vigneti dal padre Francesco. Il vino che usciva dalla cantina all'epoca era destinato all'uso familiare, e veniva venduto solo per la quantità che eccedeva il consumo quotidiano.

Ma è negli anni '70 che Giordano Stocco intuisce nella qualità dei suoi vini le potenzialità di sviluppo dell'attività aziendale e dà inizio a un forte cambiamento: la riconversione dell'azienda agricola tradizionale a viticola specializzata, incrementando nel 1973 la superficie vitata a 10 ettari e introducendo nuove tecnologie di produzione, come la pressatura soffice delle uve, la fermentazione a temperatura controllata dei mosti, l'imbottigliamento delle partite migliori.

La vendita diretta diventa subito uno sbocco naturale per la commercializzazione dei vini, aprendo le porte a un'attività di spaccio che oggi è ottimamente consolidata. I sacrifici vengono ripagati anche da prestigiosi riconoscimenti, come la Medaglia d'Argento di Cangrande nel 1983 al Vinitaly di Verona e, nel 1990, la premiazione della Camera di Commercio di Udine per "aver sviluppato con intelligenza e spirito innovativo una moderna ed efficiente impresa agricola". Fino al 2004 Giordano Stocco continua a seguire con passione la sua azienda, ne è il fulcro e l'anima, dà consigli ai suoi tre figli e ne segue il lavoro fino all'inevitabile passaggio del testimone.



L'ingresso e l'interno dell'agriturismo Stocco a Bicinicco. A destra, Paola Stocco

Oggi sono Andrea, Paola e Daniela ad occuparsi di tutta l'attività, compreso l'agriturismo che è stato inaugurato nel 1996. "Un aspetto fondamentale del nostro lavoro è sempre stato il contatto diretto con i clienti - racconta Paola Stocco -. In tanti arrivano qui dal Nord Italia, da Roma, dal Piemonte, dall'Austria e dalla Germania. Da oltre trent'anni la nostra azienda dedica un'attenzione particolare allo spaccio e, se in certi momenti questa strada

poteva rivelarsi penalizzante, adesso ci ripaga degli sforzi".

Scelte a volte controcorrente ("non seguiamo tanto l'andamento del mercato - dice Paola -, quanto le preferenze della nostra clientela"), rispetto della tradizione unito all'innovazione, investimenti mirati e calibrati in base alle effettive potenzialità: è un mix vincente quello che ha consentito all'azienda Stocco di raggiungere risultati importanti. Alla prima cantina che papà Giordano

aveva costruito al posto della stalla per le botti in cemento (ancora tutte al loro posto), si sono aggiunti gli ampliamenti per le botti inox, mentre con la recente ristrutturazione aziendale è stata realizzata una nuova barriera interrata per l'affinamento dei vini, dove saranno collocate 90 botti con 4.500 ettolitri di capienza.

Risale al 1999 la prima vendemmia in un nuovo vigneto di Merlot allevato a cordone speronato, il primo impianto dove si è abbandonato il tradizionale, ma

Profilo d'impresa

100mila bottiglie di vino all'anno

L'azienda agricola Stocco è a Bicinicco, in via Casali Stocco 12, tel. 0432-934906 oppure 0432-990084, e-mail info@vinistocco.it, www.vinistocco.it. Fondata nel 1973 da Giordano Stocco, oggi viene gestita dai figli Andrea, Paola e Daniela. La cantina per la vendita diretta è aperta da martedì a sabato dalle 9 alle 12.30 e dalle 15 alle 18.30 (fino alle 19 in estate).

Dai 35 ettari coltivati a vigneto nella zona Doc Friuli Grave si ottengono vini bianchi (Chardonnay, Pinot Grigio, Sauvignon, Tocai friulano, Verduzzo friulano, Moscato), rossi (Cabernet Franc, Rosato, Merlot, Refosco dal peduncolo rosso) e una selezione speciale (Ligrie, Lusint, Roos dai Lens) per circa 3 mila ettolitri e 100 mila bottiglie all'anno. L'azienda ha anche ettari coltivati a mais e 3-4 ettari di prodotti ortofrutticoli e patate.



obsoleto, sistema di allevamento a casarsa, ottenendo un prodotto di elevata qualità. Dalla prima vendemmia del nuovo millennio, inoltre, viene utilizzata la tecnologia dell'appassimento delle uve a bacca bianca di vitigno Picolit. Il vino si affina per una parte in barrique per dare un vino da dessert di grande personalità, il Lusint. La produzione aziendale è il frutto di un'accurata scelta delle uve e comprende i vini bianchi Chardonnay, Pinot Grigio, Sau-

vignon, Tocai friulano, Verduzzo, Moscato e i rossi Cabernet Franc, Rosato, Merlot, Refosco dal peduncolo rosso. La selezione speciale è costituita dal Ligrie (ottenuto da uve Moscato è un vino dolce, vivace e aromatico), il Lusint (ottenuto da una selezione di uve di Picolit, è un vino da relax) e il Roos dai Lens (vino ottimo da abbinare a piatti forti e speziati, ottenuto con uve Merlot dopo un affinamento di oltre 13 mesi in barrique di rovere francese).

L'AGRITURISMO

L'amato tajut a poco più di 1000 lire

Sapori genuini, buon vino, ambiente familiare e accogliente. Si presenta così l'agriturismo Stocco che il 14 marzo ha festeggiato 10 anni di vita. Nato nel 1996 per ampliare l'offerta aziendale e consolidare il rapporto con la clientela, sorge a pochi passi dalla cantina e può accogliere fino a 80 coperti, oltre ad alcuni tavoli all'aperto. "È stato quasi uno sbocco na-

turale della nostra attività - spiega Paola Stocco, che si occupa anche della cucina -, un modo per andare incontro ai gusti dei consumatori". Se cercate un tavolo libero per il pranzo di Pasqua non lo troverete, perché il menu da 35 euro tutto compreso (aperitivo, 4 antipasti, 3 primi, 2 secondi, contorni e dolci annaffiati da vini aziendali) registra già il tutto esaurito.

Nei piatti che prepara Paola, si ritrovano i profumi e i sapori della tradizione friulana, dal frico al musetto con polenta, dagli gnocchi alle tagliatelle con il sugo d'oca, dal risotto con lo sclopit al salame con la cipolla.

E poi ancora: affettati di produzione propria (in azienda allevano alcuni maiali allo stato brado), fagioli, patate e verdure di stagione, carrè di maiale,

anatra, oca o coniglio in umido con polenta. I prezzi sono competitivi (per un primo si va dai 3,30 ai 3,80 euro, i secondi variano da 3,50 a 8 euro circa per i piatti di carne) e per chi desidera solo assaggiare i vini al calice (0,60 euro a "tajut") si può abbinare uno spuntino veloce di affettati misti, frittata, formaggio fermentato nel mosto o un crostino caldo farcito.

Un importante punto di forza, che fa dell'agriturismo Stocco un valido esempio di strategia intergrata di promozione territoriale, è la collaborazione con altre realtà produttive locali. "Crediamo nella cooperazione tra imprenditori agricoli - commenta Paola Stocco -.

È una cultura che affonda le radici nella storia della nostra azienda. Il nostro territorio è ricco

di prodotti e risorse, bisogna trovare il modo di valorizzarli". Ecco che nel menu si possono trovare le oche e le anatre di un fidato allevamento locale o una vera chicca come il latticello di Lavariano fermentato nel mosto. L'agriturismo è aperto da ottobre a giugno, giovedì e venerdì dalle 16.30 alle 22, sabato e domenica dalle 10.30 alle 13.30 e dalle 16.30 alle 22.

IMPRESE



Storia di Italricambi, produttore mondiale di ricambi per macchine movimento terra

Come ti sconfiggo l'usura

Fondata da De Martiis, l'azienda è passata ora a una nuova compagine societaria

di Marco Ballico

Da Cividale verso tutto il mondo con prodotti di assoluta qualità nel settore dei ricambi di usura per macchine movimento terra. Una dimensione internazionale, quella della Italricambi, che la nuova compagine societaria che ha rilevato l'anno scorso l'azienda intende consolidare ulteriormente. Un tassello importante in questa prospettiva è il rafforzamento delle basi informative.

Fondata negli anni Sessanta dall'imprenditore locale Giancarlo De Martiis, Italricambi è stata spinta con successo dalla passione e dalla competenza tecnica del suo titolare fino al terzo millennio. Lo ha fatto passo dopo passo, con un'attenzione sempre massimale verso la cultura della produzione. Tanto che oggi, un anno dopo il passaggio di consegne a una nuova compagine societaria, la ditta friulana fa parte, grazie all'altissima specializzazione nella produzione, agli elevati standard qualitativi e all'eccellenza nella ricerca tecnologica, della ristretta schiera dei più importanti produttori di ricambi di usura al mondo.

Nell'offerta di Italricambi ci sono punte e denti stampati, portapunta, lame e angolari, parti fuse su disegno del cliente. "L'avanzata tecnologia e la con-



Interni della Italricambi. A fianco, l'amministratore delegato Roberto Minozzi

tinua ricerca - afferma Roberto Minozzi, amministratore delegato -, abbinata all'esperienza e al know-how professionale, ci permettono di garantire un alto livello qualitativo. Inoltre, grazie alla combinazione unica fra elevata durezza e resilienza, i prodotti sono adatti a qualsiasi applicazione".

Tra i clienti di Italricambi ci sono alcuni fra i più noti costruttori mondiali di macchine movimento terra quali Komatsu Group, Liebherr Group, Caterpillar, Case New Holland, JCB, Hitachi e Manitou, ma anche i più significativi fabbricanti di benne europei oltre ai più organizzati distributori di parti

di ricambio a livello mondiale. "I nostri punti di riferimento - precisa Minozzi - sono i primi costruttori, cui servono fornitori ben organizzati e con prodotti di qualità. E' quello che cerchiamo di essere con la massima flessibilità nei confronti delle richieste dei grandi gruppi".

"Italricambi - sottolinea l'amministratore delegato - ha chiuso l'esercizio 2005 superando i 15 milioni di fatturato, con una crescita del 20% rispetto al pur brillante esercizio 2004. La società si pone ora l'obiettivo di consolidare la propria posizione sui mercati internazionali, non solo grazie all'ampiezza e alla qualità della gamma

di prodotti, ma anche e soprattutto per l'affidabilità complessiva dell'azienda che sta inducendo alcuni dei principali costruttori internazionali di macchine movimento terra a considerarci partner strategico per la fornitura di lame, ripari e sistemi punta/portapunta destinati al primo montaggio".

Il rapporto con l'estero è fondamentale: "Vendiamo in ogni parte del mondo il novanta per cento della nostra produzione - dice Minozzi - dal Sudafrica alla Cina, dall'Europa agli Stati Uniti, siamo presenti in una prospettiva aziendale globale. Per questo, cercheremo di consolidare il nostro settore marke-

ting: la prossima sfida è "aggredire" il mercato più di quanto fatto finora".

Una crescita costante, che vede Italricambi puntare dunque molto sugli strumenti necessari ad affrontare il mercato che cambia. "Siamo un'azienda di piccole dimensioni - osserva ancora l'amministratore delegato -, alle nostre spalle abbiamo la straordinaria esperienza della lunga attività di De Martiis, cui va il mio personale ringraziamento per la leale collaborazione e il prezioso supporto tecnico che ha voluto offrire a me ed all'azienda sia nel delicato momento del passaggio gestionale che ora in fase di ulteriore svi-

luppo. Un'azienda, la sua, dai grandi valori artigiani, capace però di competere sullo scenario mondiale. Si tratta a questo punto di completare quel lavoro e di adattarci alle nuove esigenze del mercato. Tra le altre cose, ricerchiamo la flessibilità nel sistema informativo, passaggio che si coniuga perfettamente con i criteri che hanno da sempre improntato l'attività di Italricambi: impianti a controllo numerico, diffusa automazione delle procedure produttive che ci hanno consentito di ottenere un alto livello di duttilità e di qualità, caratteristiche ampiamente riconosciute sul mercato mondiale".



L'ACCORDO

Con Alfa Sistemi consegne più veloci

La crescita internazionale passa attraverso solide basi informative. Con questa motivazione, Italricambi ha siglato recentemente un accordo con Alfa Sistemi, società friulana partner di Oracle e leader sul territorio nordestino nel campo della consulenza e dei servizi sui sistemi gestionali internazionali. Alfa Sistemi supporterà Italricambi nell'implementazione della soluzione gestionale JD Edwards di Oracle, grazie alla quale l'azienda cividalese ridurrà i tempi di consegna, si garantirà una più puntuale previsione della domanda, con conseguente diminuzione del materiale in stoccaggio, e sarà in grado di offrire ai clienti un servizio ancora più efficace con tempi e costi sostenibili.

La forte crescita aziendale sia in termini di fatturato che di dimensioni, una sempre più attenta gestione delle relazioni con i clienti lungo tutta la catena produttiva, un ancor più efficace supporto alla pianificazione strategica: "Sono queste - spiega Minozzi - le tre forti motivazioni che ci hanno portato a puntare sul binomio Oracle/Alfa Sistemi per garantire al sistema informativo la necessaria flessibilità ed efficienza in grado di accompagnare il processo di crescita internazionale".

Forte della propria pluriennale esperienza in ambito IT e grazie alla collaborazione con Oracle, Alfa Sistemi assisterà Italricambi in un progetto della durata di 9-12 mesi, che vedrà una fase di implementazione della soluzione



e una di post-avviamento, nel corso della quale Alfa Sistemi offrirà servizi di supporto e consulenza, per seguire l'evoluzione del sistema e fornire un'ade-

guata formazione del personale aziendale.

"Nell'ambito del piano di investimenti produttivi previsti per il triennio 2006/2008 - conclude Mi-

Profilo d'impresa

Export al 90%

Italricambi spa si trova a Cividale in via dell'Industria 21. Fondata negli anni '60 da Giancarlo De Martiis, è uno dei maggiori produttori mondiali di ricambi di usura per macchine movimento terra. Tra i clienti di Italricambi, che esporta il 90% della sua produzione, ci sono alcuni fra i più noti costruttori mondiali. Italricambi ha siglato recentemente un accordo con Alfa Sistemi, società partner di Oracle, che supporterà l'azienda nell'implementazione della soluzione gestionale JD Edwards di Oracle.

Il fatturato 2005 è stato di 15 milioni di euro. I dipendenti sono circa ottanta.

Contatti. Tel: 0432/704411. Fax: 0432/700401. Sito: www.italricambi.it

nozzi - la soluzione gestionale Oracle rappresenta un investimento prima di tutto destinato a favorire lo sviluppo delle competenze individuali e

organizzative che la nostra azienda è in grado di esprimere, condizione fondamentale per puntare al rafforzamento della competitività".

IMPRESE

L'ultima invenzione della Eniak: un apparecchio in grado di sostituire molti altri

Il "cervellone" tuttofare

E ora è in arrivo la nuova sfida: garantire a vita il pc che si acquista dall'azienda

di Oscar Puntel

Si ritrova un nome così strano, che a chiudere gli occhi balza in testa subito un elettrodomestico. Oppure un'azienda finlandese. Forse inconsapevolmente, ha preso da entrambe: perché si occupa di personale computer, ovvero l'elettrodomestico ormai più diffuso nelle famiglie italiane dopo la tv, e poi perché cerca di ramificarsi ed espandersi anche fuori regione, senza disdegnare qualche puntatina sui mercati europei. Già è un marchio. Eniak, azienda di Tolmezzo, ricalca anche nell'etimo la storia della tecnologia e dell'informatica. Spiega Oscar Chiapolino, presidente: «Qual è il suo significato? Eniac, con la c al posto della k, è stato in assoluto il primo computer della storia dell'uomo. Costruito nel 1959, faceva solo 4 operazioni e si estendeva su 40 mq». Tant'è: l'ispirazione deve aver portato bene. Almeno a giudicare dal riscontro di pubblico e di critica. A "InnovAction", la fiera dell'innovazione di Udine, ha fatto strabuzzare gli occhi alla concorrenza grazie all'ultima diavolata hi-tech. Di primo acchito, è un pc a forma di cubo, metallico e freddo. Bottone stilizzato, in posizione centrale. Ma dietro il design chic anni '70, essenziale nelle linee, leggero e che si intona con

tutto, quello che è già stato ribattezzato il "cubotto" della Eniak sposa la filosofia Media Center e accentra tutto a sé. E sta proprio qui la vera genialità dell'accessorio, da tenere accanto alla tv: sostituire tanti apparecchi di solito separati come videoregistratore, hi-fi, proiettore, album fotografici, riproduttore musicale, per integrarli in un unico cervellone intelligente. Sotto la sigla "Eniakubic Q-8550.250", alchimia di processori e codici interni, sono state così assemblate in una sola macchina tutte queste diverse componenti. «Avevamo - aggiunge Chiapolino - le tecnologie e sul mercato c'era l'idea di non vedere più tanti fili e tanti elettrodomestici per le diverse funzioni, ma di integrarli. Su questa linea Intel sta già sviluppando una tecnologia per l'home entertainment che è ancora più sofisticata».

Eniak - 20 dipendenti (12 a Tolmezzo e 8 a Pordenone) e un fatturato di 12,9 milioni di euro - oggi è una realtà felice che sforna aggeggi come il "cubotto", investe in ricerca della qualità dell'innovazione (negli ultimi due anni, pari al 2,9% dei ricavi) e cerca di aumentare la copertura del territorio nazionale, attraverso la strategia "Cash & carry" e una rete di agenti, ma nel suo passato non si è



L'edificio che ospita la Eniak a Tolmezzo. Sopra, il presidente Oscar Chiapolino

potuta tirare indietro di fronte alla burrasche del comparto. Ha sofferto anch'essa. Se si vuole, poi, è l'incarnazione di un paradosso: parla di assemblaggi elettronici, produzioni, server, workstation grafiche, pc - lcd e notebook, e ha il suo stabilimento principale in territorio carnico, dove quasi tutti i comuni viaggiano ancora a 56k.

Nata nel 1990 per coprire l'avveniristico settore dell'automazione degli uffici, "Eniak" esplose assieme alla diffusione di internet. Nel 1996, collabora anche al salvataggio di un'azienda pordenonese attiva nella distribuzione. Da allora poggia su "due" gambe:

una produttiva, nella zona industriale sud di Tolmezzo, e un'altra, la filiale, dedicata a marketing e vendite, dislocata nel capoluogo del Friuli occidentale. La ricerca è al primo posto. «Poniamo attenzione alle novità del mercato - precisa il presidente - e quindi alla qualità dei prodotti che escono da qua. Tutte le componenti vengono selezionate. Si tratta di un lavoro oscuro, ma è fondamentale per il prodotto finale. Vorremmo arrivare ad una nuova formula: quella di garantire a vita il pc che si acquista da noi, eccezione fatta per alcuni elementi, soggetti a naturale usura. Fra i progetti, ancora l'automatizzazione e la tracciabilità di tutte le componenti». Nel 2002, "Eniak" si è trasformata in spa, aprendo il capitale alla partecipazione dei suoi dipendenti. Ha tentato anche l'affondo in Romania e a Napoli. Sfida persa. «Siamo andati sul mercato ad est troppo presto, - spiega Chiapolino - noi avevamo bisogno di liquidità e loro di investimenti, ma era difficile incassare. Magari se avessimo avuto qualche supporto, avremmo potuto crescere anche là, ma eravamo da soli. A Napoli? E' difficile se non sei del posto». E' andata meglio sul fronte degli investimenti finanziari: ha due società partecipate e due controllate, una delle

Profilo d'impresa

L'innovazione prima di tutto

Eniak fondata nel 1990 si occupa di produzione, a mezzo assemblaggio, di pc, server, workstation grafiche, pc-lcd e notebook. Ha un fatturato di 12,9 milioni di euro, conta 20 dipendenti, due società controllate e altrettante partecipate. Negli ultimi due anni gli investimenti in ricerca e sviluppo sono stati pari al 2,9% dei ricavi. L'azienda punta ad aumentare la copertura del territorio nazionale, attraverso l'apertura di "Cash e carry" e il potenziamento della rete di agenti. La sede principale si trova a Tolmezzo, in via Candoni (tel. 0433.44801; fax. 0433.44802), mentre la filiale è a Pordenone, in via Nuova di Corva 84/E (tel. 0434.513103; fax. 0434. 570353). E-mail: info@eniak.it; sito web: www.eniak.it

quali - "Bottega digitale" - nata come costola interna per l'implementazione e l'erogazione di servizi internet, web design e commercio elettronico, poi terzalizzata e messa a disposizione anche di altre aziende.

L'ufficio e la sua automazione, a Eniak, non bastano più. «Ci stiamo dedicando anche al privato e all'ambito domestico, il futuro per noi sta nelle grandi distribuzioni, nei mega-store dell'informatica».

C'è ancora tanto spazio da coprire in Italia, che si potrebbe decuplicare il fatturato». Intanto il cubotto è stato lanciato, vedremo se frutterà i numeri giusti.

L'ELETTROTECNICA DI PREMARIACCO

Una vita dedicata al cliente

"Venticinque anni di impegno, di successi e di sogni, questa è in sintesi la storia della mia famiglia. Un interesse vivo per la tecnica, la creatività per trovare soluzioni impossibili e nello stesso tempo pratiche per i clienti, l'arte di porre l'uomo al centro dell'azienda, queste le costanti che ci spingono a guardare avanti verso sconfinati orizzonti." Chi parla è Lino Visintini amministratore unico della Elettrotecnica di Premariacco (la sede è ad Azzano in via Manzano 45/1) che pochi mesi fa ha compiuto 25 anni di vita. Un'azienda storica sul territorio regionale che per la sua affidabilità e qualità del servizio offerto si è guadagnata un'ottima posizione.

L'Elettrotecnica viene costituita nel 1980 dall'attuale amministratore unico Lino Visintini. Nel corso degli

anni l'organizzazione dell'azienda si è evoluta fino ad assumere le sembianze attuali con 12 persone attive ed alcuni collaboratori esterni. Prossimamente si concluderà il trasferimento nell'ampliamento della sede.

Sin da subito l'azienda ha offerto ai propri clienti soluzioni tecnologiche innovative, specializzandosi in tutti i sistemi che vedono l'energia elettrica come fonte primaria, integrandone tutti i processi dall'ideazione alla messa in opera e manutenzione.

Dopo i primi sviluppi nel distretto della sedia, l'Elettrotecnica ha sfidato il mercato espandendosi a livello regionale e sul mercato internazionale. A questo proposito è tuttora in corso un progetto per instaurare collaborazioni con il mercato europeo.

"L'azienda - afferma Visintini - si è affermata sul mercato per la qualità ed affidabilità dei propri servizi e per la capacità di accettare nuove sfide, anche al di fuori delle proprie competenze. La nostra vision è globale: "Una soluzione a tutto, nei tempi giusti ed in ogni luogo." La nostra mission è invece quella di sentirci parte integrante del cliente. Come l'azienda pensa, agisce, apprende, migliora negli interessi del cliente, così noi, che siamo l'azienda, dobbiamo pensare, agire, apprendere, migliorare per lui, oltre che per noi; assumendo come costanti del nostro vivere la fiducia, l'onestà e l'importanza della parola data."

L'Elettrotecnica integra le proprie competenze tecniche con il know-how specialistico di ogni settore in cui opera. Le principali ap-

plicazioni sono: sviluppo e progettazione; impianti elettrici industriali; quadri elettrici di distribuzione di potenza; cabine media tensione e bassa tensione; rifasamenti industriali; automazioni industriali; quadri elettrici di automazione industriale; impianti bordomacchina per automazioni; progettazione hardware e software.

Le competenze tecniche messe al servizio del cliente sono invece: analisi rilievo, studio, documentazione stato di fatto, proposte di soluzioni, discussioni e blueprint document; progettazione a livello architettonico ed impiantistico, controllo adempimento legislativo, computi metrici, stesura manualistica, controllo rispondenza prescrizioni tecniche; costruzione e collaudo, direzione dei lavori, assistenza in cantiere, messa in sicurezza, organizzazione tempi fermo impianto, ese-



cuzione lavori, adeguamenti legislativi, misure statiche e di potenza, collaudi finali, verifiche e perizie; gestione pratiche permessi, denunce, autorizzazioni, certificazione opere, piani di emergenza, valutazione rischi, pratiche assicurative, gestione e controllo costi energetici; assistenza tecnica programmi di manutenzione, formazione utilizzatori impianti e pronti interventi.

Per informazioni è possibile visitare il sito: www.elettrotecnica.com, o scrivere all'indirizzo E-mail info@elettrotecnica.com o contattare allo 0432-716088; fax 0432/716460.

PESARIIS Il paese degli orologi

La Proprietà Collettiva di Pesariis rende noto, tramite il proprio segretario Delio Strazzaboschi, che, a rettifica dell'articolo sul museo dell'orologio all'aperto di Pesariis pubblicato sullo scorso numero di Udine Economia, il progetto è frutto della propria strategia di sviluppo locale.

IMPRESE

La Cascami Seta del gruppo Botto è una delle poche aziende di successo nel tessile

Una vera oasi di felicità

Alta specializzazione: questo è il segreto. E l'ultimo prodotto è già un successo

di Paola Treppo

Da oltre un secolo "Cascami Seta" è sinonimo di garanzia e di qualità, a livello nazionale. Lo stabilimento di Bulfons di Tarcento, che fa parte del "Gruppo Botto", opera nel settore del tessile e costruisce ormai una delle poche realtà produttive di successo in questo ambito, nonostante la crisi dovuta alla concorrenza straniera, soprattutto cinese. La sede friulana si trova sulle rive del torrente Torre, a poca distanza dal borgo di Ciseriis e dalla "Cascata di Crosis". La caduta d'acqua, uno dei simboli più cari ai tarcentini insieme a Villa Moretti e al rudere del Castellaccio, è nata proprio per fornire energia allo stabilimento. Parlare di Cascami quindi, non significa solo discutere di economica ma anche di storia e di tradizione. Oggi la fabbrica è diretta da Ferdinando Botto, 36 anni, il quale spiega come l'azienda è riuscita a far fronte alla crisi. "Grazie alla concentrazione produttiva e all'alta specializzazione. - dice - Godiamo inoltre di rapporti continuativi su tipologie classiche e, al tempo stesso, abbiamo cercato di introdurre nuove tipologie di prodotto. Lavoriamo per un mercato di nicchia, ad alto valore aggiunto, che ci consente di vivere in un mercato che richiede e opera su piccoli quantitativi". Le innovazioni non mancano. "Nell'ultimo anno e mezzo abbiamo potuto sviluppare un nuovo prodotto. Lo abbiamo ottenuto modificando in modo essenziale un no-



Il direttore generale Ferdinando Botto. Nel riquadro in alto lo stabilimento della Cascami Seta. Sotto, i filati finiti

stro vecchio macchinario. Ricordo che un tempo, lo stabilimento tarcentino era dotato anche di un'officina. Questa elaborazione, del tutto nuova nel suo genere, ci ha permesso di ottenere un altrettanto innovativo tipo di prodotto, qualcosa che prima non esisteva. La presentazione ufficiale si è tenuta il 22 marzo scorso a Milano, in occasione della fiera "Filo" organizzata a Palazzo Stellini. Vi hanno partecipato i cinquanta maggiori filatori europei, molti dei quali italiani". Ma quali sono le innovazioni di questo nuovo prodotto? "Le modifiche essenziali apportate al nostro macchinario, un sistema a bassissimo valore aggiunto, ci consentono di offrire oggi sul mercato un prodotto molto più accessibile

e versatile che però garantisce la stessa alta qualità. Il progetto per la sua creazione si chiama "Cardati fili". I suoi pregi? Il costo è concorrenziale e ha un ottimo valore. È composto da materie prime miste nobili cioè seta-lana, seta-bambù, seta-lino e seta-alpaca, tra le altre. Con questo prodotto possiamo seguire il mercato delle nuove tendenze, quelle più modaiole, che vanno ad affiancarsi ai classici pettinati di seta pura da noi prodotti di norma. La particolarità di questo nuovo filato è il suo aspetto molto qualitativo che si può fornire in tempi ridotti e a prezzi competitivi. Il progetto è stato sviluppato dai nostri tecnici di produzione e dall'ufficio stile e commerciale. Nasce dalla condivisione



di esperienze delle nostre tre aziende. Già in vendita, ha riscosso un buon successo. Per la sua concretizzazione abbiamo ottenuto un contributo dalla Regione Friuli-Venezia Giulia". La materia prima che sta alla base della filiera del "Gruppo Botto" arriva dall'India e dalla Cina. A raggiungere quei luoghi per assicurarsi in prima persona della qualità della seta è lo stesso Ferdinando Botto. "Le sete non sono tutte uguali - dice -. Per questo il controllo all'origine è fondamentale per immettere poi sul mercato un prodotto di altissima qualità. La nostra azienda è ormai leader in Italia in questo settore". Le sete acquistate all'estero possono provenire da allevamenti di bachi o essere selvatiche. "Le prime sono

di solito di migliore qualità perché più curate e controllate. Le seconde sono invece a un gradino più basso ma possono essere comunque utilizzate per particolari lavorazioni, che richiedono caratteristiche specifiche. La qualità della seta è data, tra le altre cose, anche dalla lucentezza. Essendo un prodotto naturale, è sensibile alle modifiche climatiche: una stagione di siccità, ad esempio, penalizza sia a livello di qualità che di quantità". Da Cina e India il prodotto arriva in Italia dove, attraverso una lunga e attenta serie di lavorazioni, si trasforma in filato pregiatissimo. L'investimento annuale per quel che riguarda l'acquisto è di circa due milioni di euro; il fatturato si attesta sui sette milioni di euro.

Profilo d'impresa

Tutto nacque in Vallestone

La storia del Gruppo ha inizio in Vallestone nel 1876, con Giuseppe Botto, allora giovane operaio tessile, e i pochi telai su cui aveva investito. In questa valle fonda la "Giuseppe Botto e Flli" e successivamente, nel 1917, la "Giuseppe Botto e Figli", separandosi di comune accordo dai fratelli. Dopo la morte di Giuseppe Botto, avvenuta nel 1928, l'attività continua e si espande grazie ai figli: oggi nell'azienda sono già presenti la terza e la quarta generazione. Fino agli anni '20 la produzione era solo di tipo cardato e veniva facilmente collocata con una visita per stagione alla clientela grossista locale e del Nord Italia; il lavoro veniva svolto con i vecchi telai a mano, che furono poi sostituiti dai primi telai meccanici. Il grande salto tecnologico avvenne negli anni '70, dopo l'alluvione del 1968 che distrusse gli stabilimenti. Si resero necessari investimenti che trasformarono la produttività delle macchine e che, grazie all'utilizzo di tecnologie sofisticate, unite al mutamento del metodo di lavoro, si rivelarono la carta vincente. Negli anni '80, nasce il Gruppo Botto comprendente oggi anche la divisione "Cascami Seta" di Tarcento, fili di seta partendo dalla schiappe. Circa 700 sono i dipendenti del gruppo Botto.

IL GRUPPO BOTTO

Quando il filato unisce tutte le arti

Il lanificio "Botto Giuseppe e Figli", fondato nel 1876, attualmente occupa all'interno del panorama tessile italiano una posizione di privilegio in gran parte acquisita per mezzo di una volontà protesa al rinnovamento continuo e che ha permesso all'azienda di coniugare tradizione e spirito di ricerca. Tradizione, prima di tutto, che si concretizza nell'accurata selezione delle materie prime più pregiate, nella cura e nell'impegno riservati ai particolari di ogni fase del ciclo produttivo; il tutto valorizzato dall'apporto qualitativo di personale altamente qualificato

che è valso all'azienda la certificazione Uni En Iso 9001: 2000. Ma anche propensione alla ricerca, sperimentazione e creatività, mai fini a se stesse, ma intese come valore aggiunto da offrire a una clientela sempre più esigente, attraverso lo studio, la realizzazione e il controllo qualitativo di tipologie dal gusto sempre attuale e moderno, nobilitate anche da finisaggi esclusivi. Un delicato equilibrio tra il classico e l'innovativo, dove il classico non è mai scontato e l'innovazione mai spinta all'eccesso. Una politica portata avanti con successo da una famiglia che da 125 anni

continua a tramandarsi, di generazione in generazione, l'arte del tessile e che ha contribuito a distinguere la moda italiana in tutto il mondo. Ma il Gruppo Botto non si caratterizza solo per l'alta qualità del suo prodotto, dal grande valore aggiunto, ma anche dalla capacità di far dialogare diverse forme d'arte, a partire dalla pittura e dalla scultura. Lo stabilimento "Giuseppe Botto e Figli" di Valle Mosso, in provincia di Biella, rientra ad esempio in un progetto curato dalla Fondazione dell'artista Michelangelo Pistoletto, piano finanziato dalla Regione Piemonte, per l'abbellimento

delle facciate delle realtà industriali. Il perimetro esterno della fabbrica è stato dipinto da due artisti stranieri: il giapponese Kane Do e l'austriaca Kohnen-Zulzer, in collaborazione con "Cittàdellarte". Non è un episodio isolato. In stretto contatto con le Case di moda, il rapporto con la creatività è stato sviluppato, puntando sulla contaminazione, anche con la realizzazione di una balena di 23 metri che attualmente sta girando il mondo. La firma è quella di Claudia Rosi di Piacenza. Il materiale utilizzato è il filato Botto. Poi c'è "Flux", un flusso di 500 metri di tes-

suto elaborato da un artista francese che comporta un'azione umana di molte persone: ricrea artisticamente il controllo dell'acqua tramite l'azione dell'uomo. E l'acqua è anche alla base delle realtà tarcentine di "Cascami Seta", non solo fabbrica ma ormai edificio storico di grande valore architettonico, incastonato tra la diga di Crosis, i canali artificiali che solcano i borghi pedemontani, la condotta forzata, la passerella sul Torre e l'arrivo in fabbrica. È la forza idroelettrica che, insieme al quella dell'uomo, costituisce la forza energetica per la creazione del filato.



DONNE IMPRENDITRICI

Il genio artistico può evitare la crisi industriale. Patrizia Moroso ne sa qualcosa

I mobili a prova d'arte

L'azienda di famiglia va a gonfie vele grazie al connubio con fumettisti e designer

di Raffaella Mestroni

In fabbrica è nata e cresciuta Patrizia Moroso, e in fabbrica, con i ritagli della tappezzeria confezionava gli abitini per le bambole. Ma il suo futuro, né a quell'epoca e neppure negli anni dell'università, non lo vedeva certo legato all'azienda. Studentessa al Dams a Bologna, sceglie un percorso di studi che le permette di stare immersa in uno degli ambienti artistici e culturali fra i più vivaci d'Italia, nulla di più lontano, apparentemente, dalla fabbrica. A Udine ci torna periodicamente, con l'affetto e quella sorta di tenerezza che inevitabilmente si riserva alla terra che ci ha dato i natali, ma di rientrare nel vero senso della parola non era nei suoi programmi. L'azienda di famiglia, "costruita" da Agostino e Diana, partiti per l'avventura con "tantissima tenacia e zero quattrini" andava bene e in pochi anni era cresciuta, trasformandosi rapidamente da realtà artigianale a industriale. "All'inizio degli anni Ottanta - ricorda Patrizia Moroso - si sono fatti sentire i primi segnali della crisi economica. Nel settore del mobile forse prima che in altri, perché ormai i bisogni primari delle famiglie erano stati soddisfatti, tutti avevano il salotto buono, e quindi serviva qualche cosa d'altro. L'austerità, seguita

alla crisi petrolifera inoltre, aveva impresso una brusca frenata ai consumi, non soltanto in Italia. Gli arabi erano scomparsi, i mercati europei languivano, insomma era urgente intervenire in qualche modo".

Il consiglio di famiglia si riunisce e decide che al "brain storming" deve partecipare anche lei, Patrizia, e dare il suo contributo. Lei, donna di carattere e fantasia, anziché ascoltare soltanto come avrebbero fatto molti, visto che in azienda non ci viveva, ha raccolto immediatamente la sfida. "Io un paio di idee le avrei" - ha buttato là, e da comparsa si è trasformata in attrice.

Ha puntato subito sull'arte, cercando di farla entrare in azienda e nemmeno a passi felpati, tant'è che i conflitti non sono mancati, soprattutto all'inizio. "Sono curiosissima - ammette - e amo spaziare in ambiti anche molto diversi fra loro, perché nella contaminazione, che oggi è un concetto accettato e acquisito, io credevo già allora e, per fortuna, conoscevo molte persone geniali e creative".

Il primo "artista in nuce" coinvolto, è stato Massimo Losanghini, iscritto ad architettura e non ancora famoso. Disegnatore di fumetti strepitoso, si è sentito chiedere di realizzare gli oggetti d'arredo e i mobili che inseriva nelle sue "tavole" da fumettaro, met-



Patrizia Moroso. Sopra, i prodotti dell'azienda di Tavagnacco

tendoli in produzione. Non ha fatto una piega e si è messo al lavoro.

"La Moroso ha partecipato al Salone del Mobile di Milano fin dalla prima edizione - spiega Patrizia - con discreta soddisfazione. Eravamo conosciuti come la classica azienda familiare, affidabile e seria, ma il nostro marchio non aveva un'immagine forte, non rappresentava uno stile o una tendenza. Nel 1986, grazie alla collaborazione con Losanghini, siamo stati protagonisti di uno degli eventi "fuori salone" e il successo ci ha confermato che quella era la strada da seguire".

A Massimo Losanghini, che tutt'ora collabora con la Moroso, si sono via via aggiunti i nomi più prestigiosi dell'architettura e del design, tutti cooptati nell'avventura dall'innarrestabile Patrizia. "Ron Arad, uno dei primi con cui abbiamo lavorato - ricorda Patrizia - non aveva mai affrontato la produzione e quando gliel'ho proposto, incuriosito dalla prospettiva di una sorta di ripetizione seriale delle sue opere, ha accettato. Una collaborazione, anzi una contaminazione, quella con il mondo dell'arte che non si è mai interrotta e ormai è divenuta parte integrante

della vita aziendale, tanto che è difficile individuare dove finisce la produzione industriale e dove comincia l'arte. "Nel 2002, per i cinquant'anni dell'azienda - racconta Patrizia - volevo ideare qualche cosa di davvero speciale, evitando le esposizioni tradizionali o gli amarcord di felliniana memoria. Così mi sono detta: ma perché non guardare al futuro, pensiamo a un evento che proponga ciò che sarà?"

Detto e fatto. Oltre 50 grandi nomi hanno risposto subito, attratti dall'idea di avere mano libera nel progettare una seduta, senza necessariamente sottostare al diktat del "commerciale", semplicemente pensandola come un "contenitore" della loro filosofia di pensiero. Utilizzando un particolare programma, il "fast prototyping", in grado di trasformare un disegno in un oggetto, le idee hanno preso vita e, come per magia, si sono materializzate in altrettanti prototipi.

Il connubio arte-prodotto si è rivelato la carta vincente della Moroso, che pur restando una realtà dalle dimensioni contenute, non soffre certo del complesso di Cenerentola, anzi. Si confronta senza timore con imprese del calibro di Frau, Cassina o Cappellini e registra un trend di crescita costante, pari al 15-20% annuo. Non sono tutte rose e fiori, è chiaro,

"perché bisogna fare i conti con un mercato dal quale sono scomparsi i rassicuranti macro-trend, perché oggi la tendenza è non avere tendenza e ogni nuovo prodotto è una scommessa.

Il segreto del successo della Moroso è la filosofia aziendale: molto valore ai rapporti umani interni all'azienda, valorizzazione delle risorse, molta passione e attenzione costante al coinvolgimento di tutto lo staff nelle strategie d'impresa.

Tre figlie (tredici, undici e sei anni), un compagno che condivide (e non potrebbe essere altrimenti) l'amore per l'arte e la cultura, una quotidianità un po' complicata da gestire (ma anche questo fa parte del gioco), e una insaziabile curiosità che l'ha portata a viaggiare molto, sono gli elementi che caratterizzano la vita di Patrizia. "Ai giovani - afferma - consiglio sempre di viaggiare, di essere curiosi, di sperimentare. Non c'è nulla di più negativo che chiudersi nel bozzolo alla ricerca della sicurezza". Un consiglio simile per i politici, visto che siamo in clima elettorale "Apertura verso il mondo. Tutto ciò che tende al localismo è negativo e non fa buon gioco né all'economia né alla crescita del territorio. Il Friuli è stato terra di miseria per tanti anni, anche per la chiusura che lo ha caratterizzato".

LA RICERCA "TEMPI MODERNI"

La maternità vista come investimento sociale

Imprese e maternità, conflitto d'interessi o rapporto da equilibrare? Sicuramente un conflitto esiste ed è urgente bilanciare le esigenze differenti di entrambi i soggetti. A renderlo evidente una ricerca commissionata all'Ires del Friuli Venezia Giulia dalla Commissione pari opportunità della Provincia di Udine: *Tempi moderni: progetto per una nuova tutela della maternità*. L'indagine, strutturata attraverso interviste e una panoramica delle criticità avvertite dalle imprese friulane, sprona la parte datoriale a sensibilizzarsi maggiormente su una conciliazione dei tempi in grado di rispondere ai parametri *family friendly*. Non è un caso che l'idea più brillante sia quella di sensibilizzare il contesto aziendale friulano affinché s'impegni in una certificazione

di qualità 'rosa'. Sicuramente la maternità rappresenta, dal punto di vista dell'azienda, un costo indiretto, e alle volte anche diretto, ma il deficit può trasformarsi in un'occasione irripetibile di investimento sociale e formazione. Quanto più le dimensioni dell'azienda sono ridotte, tanto più aumentano le difficoltà, in quanto mancano politiche strutturate delle risorse umane: in questi casi i datori di lavoro, stando agli esiti della ricerca, si trovano di fronte a vere e proprie emergenze organizzative legate all'impellenza di riallocare ai tempi brevi i compiti e i carichi di lavoro sino a quel momento svolti dalla futura mamma. Le aziende che, al contrario, possono sfoggiare una strutturazione adeguata sotto il profilo delle risorse umane superano l'annuncio dell'im-

minente maternità ridistribuendo i carichi lavorativi o investendo nella formazione di una nuova risorsa umana sostitutiva.

Certo, le aziende devono vedersela anche con l'incongnita della durata dell'assenza della dipendente e, pertanto, devono mettere in campo tutte le contromisure capaci di affrontare anche un tempo dilatato. Fra le proposte contenute nell'indagine, che pone a confronto diverse strategie sul piano nazionale e estero in tema di maternità, c'è l'offerta di assist alle imprese meno attrezzate, affinché siano aiutate a programmare il periodo 'vacante', magari inserendo una persona a tempo determinato, beneficiando degli sgravi contributivi previsti e di strumenti come le work experiences o i tirocini formativi, il cui onere economico per l'impresa è

pari a zero. Si prefigura un'azione concreta che dovrebbe coinvolgere, oltre alla Commissione pari opportunità di palazzo Belgrado e all'assessorato al lavoro, anche la 'sorella' regionale, in vista di una proposta da presentare al legislatore nazionale: rendere più flessibili i termini attualmente in vigore per la sostituzione della donna in maternità, in modo da anticipare l'inserimento di dipendenti-ponte. Adesso, la sostituzione può partire dal mese prima dell'inizio del congedo di maternità; per il futuro si tratterebbe di anticipare l'inserimento della new entry al momento della comunicazione della maternità, secondo il progetto friulano. A fronte delle criticità rilevate dall'indagine, soprattutto sulla scarsa conoscenza dimostrata da parecchie aziende sugli stru-

menti già esistenti per rimpiazzare la persona in maternità, la commissione provinciale promuoverà, sia attraverso opuscoli come pure utilizzando il sito di palazzo Belgrado, l'informazione e la diffusione alle imprese degli strumenti normativi e degli incentivi già sfruttabili a sostegno della gestione della genitorialità e della conciliazione *family friendly*, in un'ottica di maternità che deve essere letta come investimento sociale e non più come un ostacolo e tanto meno un costo. Non solo informazione, ma anche introduzione di ulteriori incentivi, secondo le intenzioni della Commissione, finalizzati ad accelerare un'evoluzione della cultura della maternità e di buone prassi aziendali. Si ipotizzano, in questo senso, anche una sorta di premi annuali, tipo 'bollini rosa'



per le aziende che si dimostreranno 'dalla parte delle donne'. Si devono affrontare, infatti, anche le questioni relative alle difficoltà di reinserimento, evidenziate dal sondaggio, della neomadre. Ulteriori passi indispensabili dovranno essere compiuti per poter vedere realizzato sul serio il diritto alla maternità.

Irene Giurovich

ATTUALITÀ

A Udine calano del 22% le tariffe degli asili nido, ma i costi rimangono elevati

Il "nido" di zio Paperone

I dati di Cittadinanzattiva: nel servizio idrico il capoluogo friulano è tra i meno cari

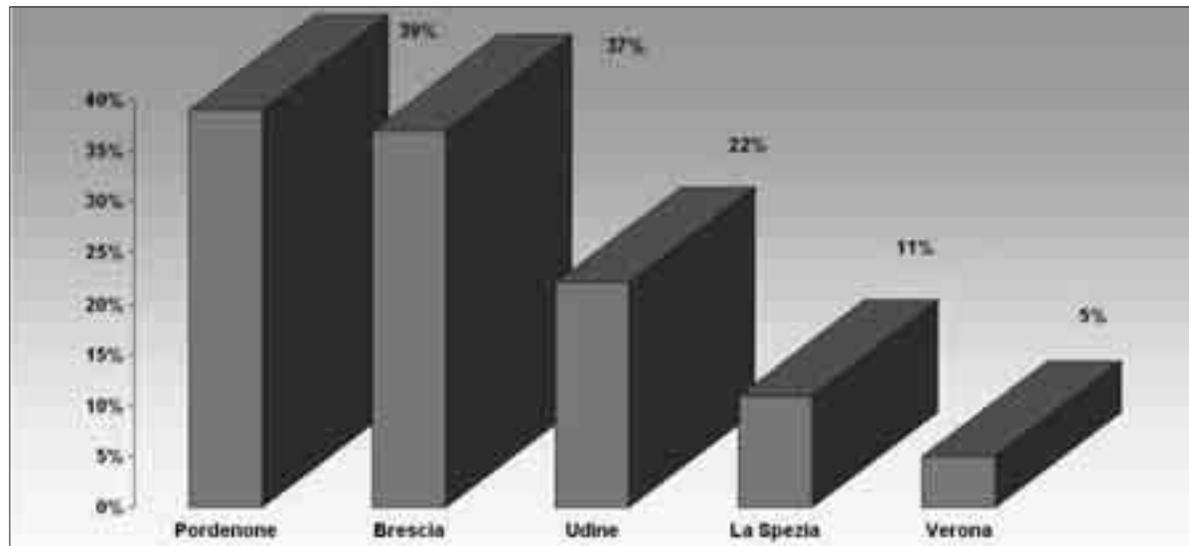
di Cristian Rigo

Calano, soprattutto per alcune classi di reddito Isee, le tariffe degli asili nido comunali, aumentano i costi dei trasporti su gomme e su rotaia mentre restano contenute le spese per il servizio idrico. Udine non figura tra le città meno care d'Italia, ma nel confronto tra il 2004 e il 2005 non ha appesantito oltre misura i costi di alcuni principali servizi a carico dei cittadini. Questo il quadro che emerge dal rapporto "Cittadini che contano" promosso da Cittadinanzattiva.

Cittadinanzattiva è un movimento di partecipazione civica (la cui emanazione è il Tribunale per i diritti del malato) nato nel 1978 con il nome di Movimento federativo democratico, che opera in Italia e in Europa per la promozione e la tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori. Nel rapporto Cittadini che contano è stata effettuata un confronto tra le città italiane per quanto concerne prezzi e tariffe di servizi di pubblica utilità.

L'attività di rilevazione ha riguardato: il trasporto pubblico locale, sia nel 2004 che nel 2005; il trasporto ferroviario regionale con la rilevazione delle tariffe applicate e gli aumenti intervenuti nel biennio; il servizio idrico integrato; i servizi per la prima infanzia, con la rilevazione delle rette applicate agli nidi comunali; per quel che riguarda la scuola, l'analisi ha raccolto i costi del servizio di refezione scolastica e di trasporto.

TRASPORTO PUBBLICO. La spesa per il Trasporto pubblico locale a Udine è vicina a quella della media nazionale. Il capoluogo friulano non rientra infatti né negli elenchi delle 10 città più economiche né in quelli della 10 città più care. Rispetto alla media nazionale però, a Udine si spende di più della media per quanto riguarda il biglietto orario e la corsa giornaliera e si risparmia con gli abbonamenti mensili e annuali. Nel caso della tariffa oraria, per quanto concerne il capoluogo friulano si spendono 0,87 euro (0,88 la media del Fvg), 13 centesimi in più rispetto alla media nazionale. Costa di più, anche la corsa giornaliera che a Udine richiede un esborso di 2,95 a fronte della spesa media di 2,66 euro.



I COSTI DEL TEMPO LUNGO			
Le 10 città più care - 2004/05		Le 10 città più economiche - 2004/05	
Lecco	572 €	Roma	146 €
Belluno	535 €	Reggio Calabria	167 €
Pordenone	522 €	Ferrara	173 €
Udine	511 €	Cosenza	176 €
Mantova	483 €	Grosseto	195 €
Bergamo	474 €	Macerata	202 €
Brescia	459 €	Venezia 2	09 €
Cuneo	458 €	Terni	217 €
Vicenza	429 €	Isernia	220 €
Sondrio	427 €	Pisa	220 €

Tab 1: Riduzione delle rette dal 2004 al 2005. Fonte: Osservatorio Prezzi&Tariffe di Cittadinanzattiva, 2005

LE 10 CITTÀ IN CUI IL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO COSTA DI MENO	
Città	Spesa annuale
Isernia	116,00 €
Milano	119,00 €
Lecco	119,00 €
Novara	123,00 €
Oristano	127,00 €
Pordenone	131,00 €
Udine	132,00 €
Gorizia	133,00 €
Lodi	135,00 €
Verbania	140,00 €

Risparmi invece sul fronte degli abbonamenti: l'abbonamento annuale costa 234 contro i 250 nazionali, per il ticket mensile si spendono 23,40 euro (23,64 la media del Fvg) contro i 26,70 della media italiana.

L'aumento rispetto al 2004 a Udine come a Pordenone e Gorizia è stato del 2,4%, mentre a Trieste si è fermato a 1,7%.

TRASPORTO FERROVIARIO. Nessuna valutazione sulla qualità del servizio (a quella hanno pensato le associazioni dei consumatori e i comitati di pendolari che forniscono l'elenco aggiornato di tutti i ritardi e le soppressioni), la ricerca si è concentrata sui prezzi che, da giugno 2003 a giugno 2005, in Fvg

sono aumentati. Il prezzo di un abbonamento per una tratta di 35 km è cresciuto del 6,1% dal 2003 al 2005 passando da 41,9 a 44,45 euro. Il biglietto ordinario, sempre per una tratta di 35 km è passato da 2,6 a 2,75 (+5,77%).

Il Molise è la regione più economica con un costo per l'abbonamento mensile su una tratta di 35 km di 36,15 e nessuna variazione dal 2003 al 2005, il Piemonte con 54 euro la più cara.

In Fvg ci sono 442 km di rete ferroviaria di cui il 65% a doppio binario e il 35% a binario semplice (la media italiana invece registra solamente il 40% della rete a doppio binario). L'80% della rete è a trazione elettrica il 20

diesel in Italia 70 e 30. In Friuli ogni giorno viaggiano 189 treni che servono quotidianamente 20.500 passeggeri.

IL SERVIZIO IDRICO. Il capoluogo friulano è tra le 10 città in cui la spesa annuale per il servizio idrico è più contenuta: 132 euro. Meglio Pordenone (131) e leggermente più cara Gorizia (133) mentre Trieste fa registrare un prezzo decisamente più elevato: 227 euro. Ma i picchi di spesa toccano ad Arezzo (336 euro), Livorno (329), Enna (303), Pesaro (301) e Rovigo (296). Rispetto alla media nazionale (divisi per capitoli i costi medi rilevati sono di 0,55 euro al metro cubo per l'acqua di 0,13, per la fognatura,

0,32 per la depurazione e 12 euro di quota fissa annua) il cui costo calcolato è di 199,87, in Fvg si spende 155,82 euro.

SERVIZI PER L'INFANZIA.

La ricerca ha riguardato i costi sostenuti da una ipotetica famiglia composta da tre persone che percepisce un reddito lordo annuo pari a 44.200 euro, al quale corrisponde un Isee di 19.900 euro. Oggetto dell'indagine sono state le rette applicate al servizio di asilo nido comunale per la frequenza a tempo pieno (in media 9 ore al giorno) e a tempo parziale (in media 6 ore al giorno), cinque giorni a settimana. Il Fvg con 334 euro al mese di spesa per il nido comunale è la

quinta regione più cara dietro Trentino (410), Lombardia (390), Veneto (366) e Piemonte (351). La regione meno costosa è la Calabria con 167 euro seguita dalla Campania (208). Rispetto al 2004, le tariffe del 2005 nel capoluogo friulano sono però calate del 22% per la classe Isee presa in considerazione dalla ricerca, ma la diminuzione è dovuta in buona parte all'introduzione di un maggiore numero di scaglioni Isee.

Udine era risultata la quarta città più cara nell'anno scolastico 2004-2005 per quanto concerne i costi del tempo lungo con 511 euro. Più esose solamente Lecco (572), Belluno (535) e Pordenone (522), Roma la più economica con soli 146 euro.

Nel 2005-2006 le tariffe per la classe di reddito presa in esame sono però calate, come detto, del 22%. Per il tempo lungo per la classe Isee di 19.900 euro a Udine si spendono 398 euro mentre per il tempo corto 234 (erano 300 nel 2004-2005).

In generale la ricerca ha evidenziato che "l'Italia è in grave ritardo sul fronte di una adeguata politica familiare che rispecchi effettivamente le esigenze delle famiglie, nella quale è investito solo lo 0,9% della ricchezza nazionale, nettamente al di sotto della media dell'Unione Europea, pari al 2,3%".

In particolare, dal punto di vista dell'offerta di servizi per l'infanzia, il nostro Paese non sembra reggere il confronto con altre realtà europee. Infatti, secondo Cittadinanzattiva, se in Italia solo il 6% dei minori al di sotto dei 3 anni beneficia di prestazioni quali asili nido, baby sitting a domicilio o altro, in paesi quali Francia, Irlanda e Danimarca le percentuali salgono rispettivamente al 29%, al 38% e al 64%. Una situazione peggiore è riscontrabile solo in Spagna (5%) e in Grecia (3%).

Per quanto riguarda la refezione scolastica invece il costo medio annuo rilevato a Udine è di 640 (la media del Fvg è di 608 euro) per la scuola dell'infanzia, 629 per la scuola primaria (674 in regione) e 287 (296 la media regionale) per la scuola secondaria di primo grado.

Tutti dati inferiori a quelli della media nazionale rispettivamente di 680 euro, 688 e 323; più caro invece il costo medio annuo per i trasporti scolastici.

TRASPORTI

Aumentano i viaggiatori delle corse Saf che collegano Udine con gli altri comuni

L'hinterland fa il pieno

Tra i progetti più collegamenti con l'università e ristrutturazione delle linee 1 e 3

di Cristian Rigo

dati. Sono in totale 20 milioni 746mila e 492 i viaggiatori trasportati nel corso del 2005 dalla Saf autoservizi. 9 milioni e 611mila in città (con un calo di oltre 50mila tagliandi rispetto al 2004 quando gli utenti erano stati 9 milioni e 662mila) e 11 milioni 119mila con le corse del servizio extraurbano, cresciuto rispetto all'anno scorso di circa 52mila unità. Complessivamente dunque il raffronto con lo scorso anno porta a un incremento di circa mille passeggeri, ma mentre in città il servizio è stato meno utilizzato, si è verificato un aumento in provincia per le corse che collegano il capoluogo con il resto dei comuni friulani. E questo nonostante le percorrenze chilometriche siano cresciute per il servizio urbano (da 3 milioni 462mila a 3 milioni 563mila) e calate per quello extraurbano (da 14 milioni 420mila a 14 milioni 325mila).

Per quanto concerne le linee urbane la numero 1 (Gervasutta, stazione, via Aquileia, Vittorio Veneto, piazza Libertà, Mercatovecchio, piazzetta San Cristoforo, Gemona, Volontari e parcheggio Chiusaforte) è calata del 10% mentre è in forte crescita (+12%) la linea 9 destra e sinistra, quella cioè che unisce la stazione al città Fiera e al parco del Cormor.

L'azienda. L'azienda, nata nel 1995 dalla fusione di 5 aziende private (Olivo, Ferrari, Collavini, Rosina e Autolinee triestine) con la municipalizzata Atm, è



all'avanguardia in Italia per l'attenzione verso l'ambiente grazie all'utilizzo della trazione a metano nei mezzi che coprono il servizio urbano. Per quanto concerne il trasporto urbano, Saf ha attivato complessivamente (comprese le circolari e i servizi scolastici) 16 linee e ha perfezionato lo studio per ridefinire l'intera tempistica di percorrenza con l'obiettivo di ridurre i tempi tra una fermata e l'altra, contenendo i ritardi.

Le fermate urbane sono 609 e tutte queste linee coprono 170 chilometri. La percorrenza complessiva registrata nell'arco del 2004 è stata di 3 milioni 144 mila chilometri.

Il numero di corse annuali è risultato invece pari a 350mila.

Progetti futuri. Bus potenziati in periferia, più collegamenti con le zone dell'università e la ristrutturazione delle linee 1 e 3 per poter utilizzare mezzi più piccoli in grado di ridurre l'impatto con la zona pedonale del centro città. Questi i principali progetti che la Saf autoservizi intende portare avanti nell'immediato futuro. L'azienda infatti intende investire per aumentare i collegamenti fra il centro e i quartieri e per questo motivo ha già presentato progetti dettagliati alla

Provincia e al Comune. L'amministrazione di pa-

lazzo D'Aronco ha manifestato la volontà di mantenere l'autobus nella via anche in presenza di una pavimentazione più pregiata e per questo la Saf intende ristrutturare il servizio della linea 1 e 3 al fine di utilizzare mezzi più piccoli ed ecologici e quindi meno impattanti. Tra gli obiettivi anche quello di prolungare di sera l'orario dei collegamenti tra centro e la periferia, e il collegamento con le zone universitarie alla periferia e con i quartieri residenziali in espansione. Per quanto riguarda la linea 9, infine, l'apertura di viale Pasolini potrebbe modificare il percorso del bus garantendo un servizio migliore al polo

universitario dei Rizzi.

Nuovi orari. Comune e Saf hanno collaborato, affiancati dalla Provincia, a un progetto strategico di informazione che ha portato alla diffusione di un libretto contenente tutti i nuovi orari entrati in vigore dall'inizio di quest'anno.

Dopo mesi di controlli e di tempi cronometrati dallo stesso personale della Saf, è stato infatti possibile ridefinire l'intera tempistica di percorrenza delle varie linee urbane, il tutto accorciando i tempi tra una fermata e l'altra ed eliminando così eventuali ritardi cronici dovuti alle modifiche delle dinamiche di mobilità in alcuni tratti della città.

L'operazione, in ottemperanza alle linee regionali ed europee in materia di ottimizzazione e abbattimento dei tempi di percorrenza dei mezzi pubblici, sarà riproposta anche per migliorare il trasporto pubblico extraurbano. Nei prossimi mesi partiranno infatti i controlli con il calcolo preciso dei tempi di percorrenza dei mezzi in servizio sulle linee di collegamento tra il capoluogo friulano e gli altri centri della provincia. Se i tempi di verifica saranno rispettati, già alla fine di quest'anno o comunque a partire dall'inizio del 2007, la Saf sempre in collaborazione con la Provincia, sarà in grado di elaborare un nuovo orario, adottando le necessarie misure per abbattere i cronici ritardi registrati quotidianamente, per esempio, nei collegamenti con il codroipese.

Nuova sede. La nuova

sede aziendale per il servizio di Trasporto pubblico locale (Tpl) dovrebbe trasferirsi entro il 2008 dall'area compresa tra via dei Tre galli e via del Partidor dove attualmente vengono ospitati solamente i mezzi utilizzati per il trasporto extraurbano a quella situata sul lato nord della stessa via Partidor riunendo in un unico spazio il trasporto urbano e quello extraurbano. Questa la proposta al vaglio del Consiglio comunale che sarà chiamato a dare il via libera all'adozione della variante urbanistica relativa al progetto. Una proposta che potrebbe soddisfare tutte le richieste logistiche e funzionali sia in termini di spazio che di vicinanza alla stazione delle autocorriere avanzate dalla stessa Saf.

La nuova sede si estenderà su una superficie di 55mila metri quadri (anche se la Saf se chiedeva 60mila) e, come detto, comprenderà sia il servizio urbano (attualmente situato nella sede della Saf autoservizi di via della Faula) che quello extraurbano come previsto dall'accordo di programma sottoscritto dalla Saf con la Regione, la Provincia e il Comune che prevede la realizzazione della sede unica entro il 2008. Sono state quindi scartate le ipotesi di realizzare la sede unica in via della Faula o all'autoporto 2 situato tra via Adria e via Selvuzzis. Ma per rispettare la scadenza del 2008 bisognerà sciogliere il nodo legato alla cessione dell'area che la Saf dovrà acquisire per realizzare la nuova sede.

IL TRASPORTO FERROVIARIO

Nel mese di febbraio ritardi in calo

Ogni giorno sono più di 20mila i viaggiatori che attraversano la Regione utilizzando il treno. La media giornaliera di utenti registrata nel 2005 da Trenitalia è infatti di 20.500 passeggeri, un dato stabile nell'arco dell'ultimo biennio nonostante i ritardi e i disagi acuiti nei mesi a cavallo tra il 2004 e il 2005. Le linee più frequentate sono stata la Trieste - Venezia via Portogruaro con 4.300 viaggiatori al giorno, la Trieste - Udine via Gorizia (6.300) e la Udine - Venezia via Treviso (7.200).

I pendolari hanno però denunciato una situazione

divenuta quasi insostenibile. Locomotori vecchi facilmente soggetti a guasti soprattutto a causa del freddo e ritardi costanti. Carrozze sporche, treni soppressi e scioperi dei dipendenti: ecco perché i passeggeri del Fvg si sono ribellati. E la Regione è arrivata alla revoca di una parte dei fondi e al doppio esposto a Procura e Corte dei Conti.

Ma nella maggior parte dei casi gli utenti restano fedeli alla rotaia perché, nonostante gli aumenti delle tariffe, il treno continua a essere il mezzo di trasporto più economico. Anche se il servizio lascia a desiderare.

L'azienda però è corsa ai ripari e nelle ultime settimane - assicura il portavoce di Trenitalia - "i disagi sono stati superati".

A detta degli stessi pendolari infatti "la situazione sul fronte dei ritardi nel mese di febbraio è migliorata".

A gennaio, su 121 treni presi in considerazione sulle tratte che vanno da Pordenone a Venezia, da Udine e Trieste e da Cervignano a Trieste, sono stati accumulati 1365 minuti di ritardo, con una media di 11,2 minuti. La linea più disagiata è stata ancora quella che unisce Friuli e Veneto con 559 minuti di

sforamento su 45 corse e una media di 12,4 minuti di ritardo. Nei percorsi inversi (Venezia-Pordenone, Trieste-Udine e Trieste-Cervignano) ci sono stati 761 minuti di ritardo su 97 corse, in media 7,8 a convoglio.

Molto meglio a febbraio. Sulla Pordenone-Venezia, su 36 viaggi, i pendolari hanno riscontrato una media di ritardi di 9,1 minuti all'andata e 4 al ritorno, con 10 sforamenti superiori ai 10 minuti, quattro dei quali concentrati nella prima settimana. Sulla Udine-Trieste, nel tratto Udine-Gorizia, i ritardi sono stati ancor più

ridotti: di 9 minuti complessivi all'andata e di 6 al ritorno, su 28 viaggi.

Per tenere monitorata la situazione l'assessore ai trasporti Sonogo richiamerà a rapporto pendolari, Trenitalia, Rfi e sindacati. L'obiettivo sarà l'istituzione di un tavolo tecnico per individuare modalità condivise attraverso le quali comunicare al pubblico i ritardi e i treni soppressi individuando la causa dell'imprevisto e la responsabilità del caso.

Intanto Trenitalia fa sapere che nel corso del 2006 entreranno in esercizio ulteriori 4 treni di tipo Minuetto (ne sono già arrivati

6 e in totale saranno quindi 10, 5 elettrici e 5 diesel) e 2 locomotive di nuova generazione gruppo E 464 (ne sono già arrivate 6 e in totale saranno 8).

Per dar prova di una rinnovata attenzione per i trasporti locali, Trenitalia ha anche annunciato una svolta storica: non solo l'impegno ad assumere 800 nuove unità di personale, ma l'avvio del nuovo orario invernale 2006 per la prima volta nella storia delle ferrovie non a dicembre, ma a partire dal 17 settembre per andare incontro alle esigenze degli studenti e dei lavoratori.

C.R.

TRASPORTI

In calo l'immatricolazione delle macchine. Tutti i dati della motorizzazione civile

Automobili in retromarcia

Tengono botta la Fiat e la Toyota. Successo dei Suv acquistati da clientela di ogni età

di Ilaria Gonano

Gente "sparagnina" per definizione, nel 2005 i friulani non hanno ceduto alla tentazione di piazzare in garage una nuova auto. Nonostante le proposte accattivanti delle case automobilistiche e gli incentivi concessi dallo Stato, il popolo friulano ha preferito posticipare l'eventuale acquisto. Analizzando i dati forniti dagli uffici tecnici della Motorizzazione civile di Udine e le statistiche del Ministero dei trasporti e delle infrastrutture (www.infrastrutturatrasporti.it), emerge una flessione nelle immatricolazioni di autovetture effettuate nel 2005 in provincia di Udine rispetto al 2004. Il numero delle auto immatricolate al 31 dicembre 2005 è stato di 19 mila 760 a fronte delle 20 mila 414 immatricolate nel 2004. Il quadro non cambia se dal mercato del "nuovo" i riflettori si spostano sull'usato. Rispetto al 2004, infatti, i passaggi di proprietà sono diminuiti di quasi mille e 200 unità (da 42 mila 303 a 41 mila 131). Sostanzialmente stabili, invece, gli acquisti di ciclomotori mentre risulta in crescita l'immatricolazione dei mezzi classificati nella sezione "autocarri".

Confermano una generale contrazione delle vendite gli addetti ai lavori. "La crisi economica incide su tutti i "portafogli" - afferma Marco Cossetini della concessionaria Mazda-Udine - e gli effetti ricadono inevitabilmente anche nel nostro settore. Non credo che la situa-

Udine - Mercato del Nuovo

2004 - IMMATICOLAZIONI	
Auto:	20.414
Moto:	1.849
Autocarri:	2.064

2005	
Auto:	19.760
Moto:	1.862
Autocarri:	2.665

UDINE - MERCATO DELL'USATO	
2004	42.303
2005	41.143

Fonte: Statistiche on line del Ministero dei trasporti e delle infrastrutture Motorizzazione civile di Udine



A lato la Grande Punto, modello molto apprezzato dal pubblico. Sotto, la Fiera di Udine

zione cambierà nel 2006, le nostre stime indicano una sostanziale tenuta". Più pessimista, per l'anno in corso, il responsabile vendite della concessionaria Renault "Autonord Fioretto" di Magnano in Riviera che preferisce puntare tutto sul 2007, anno in cui la casa madre lancerà sul mercato nuovi modelli. Stesse considerazioni anche in casa Peugeot. "Dopo un inizio d'anno promettente - spiega Nico Gobbato della concessionaria "Bliz" di Castions di Strada - il mese di marzo si è rivelato decisamente sotto tono".

La "delusione" non riguarda tutti però. La concessionaria Iob di Gemona (Volkswagen) dichiara che la situazione è stabile, mentre alla "Autocrali" di Cervignano del Friuli per i

veicoli Toyota e alla Prontoauto di Tarcento (Fiat) sono decisamente soddisfatti. "Per noi è decisamente un buon momento - afferma Gianluca Simonelli dell'Autocrali - il prodotto che trattiamo è leader sul mercato per affidabilità, sicurezza, rispetto delle più recenti normative europee e, aspetto più importate, è contraddistinto da un ottimo rapporto qualità prezzo".

"Noi abbiamo chiuso il 2005 con un 3 per cento in più e nei primi tre mesi del 2006, la percentuale è addirittura raddoppiata - conferma Alberto Bertolissi, direttore del Prontoauto - e il merito è in gran parte legato alla "Grande Punto", un modello che il pubblico sta apprezzando parecchio".

Non si discosta molto

dal mercato del nuovo, l'andamento dell'usato, che potrebbe essere definito "stagnante". La tendenza è quella di comprare l'auto nuova, o al massimo i modelli "chilometro 0" Ma quali sono le richieste della clientela? Quali i gusti? Si preferiscono le utilitarie o il monovolume magari dilazionando la rateizzazione? In fatto di modelli, i friulani hanno idee e budget a disposizione molto diversificati. Una buona parte si orienta sulle auto di media cilindrata che richiedono un investimento che va dai 15 ai 20 mila euro circa, ma non mancano quelli in grado di sostenere un impegno più oneroso pur di portarsi a casa l'intramontabile Golf, una monovolume o una station wagon, le cosiddette "prime" mac-

chine. Una tendenza che, secondo alcuni operatori, sta pian piano cambiando però, complice il periodo economico sfavorevole e l'incertezza sul futuro. "Nel corso del 2005 - spiega Nico Gobbato ("Bliz") - ho venduto parecchie familiari "piccole" come la versione station wagon della 206, un segnale che anche l'investimento viene ben calibrato su una macchina più contenuta nelle dimensioni ma versatile e multifunzionale". Secondo Bertolissi del Prontoauto, invece, in futuro nelle famiglie friulane ci sarà posto per un'auto sola, un veicolo di media cilindrata che si sostituirà all'abbinata: auto di famiglia e seconda macchina.

Nella lista delle preferenze dei friulani, hanno

fatto capolino anche i Suv, auto molto "trendy" che concentrano tre veicoli, station wagon, monovolume e fuoristrada, in uno. "La praticità è senza dubbio il vantaggio di queste vetture - afferma Andrea Monai della Mittelcar auto di Cassacco - che vengono acquistate da clientela di ogni età". Buon indice di gradimento anche per i veicoli di alta gamma (Bmw, Audi, Volvo, a esempio) che secondo Antonino Carnelutti, presidente dell'Ascud (associazione dei concessionari della provincia di Udine) nel 2005 hanno "tenuto" molto di più rispetto alle auto di piccola e media cilindrata, "un segnale - ha affermato Carnelutti - che la forbice tra chi "può" e chi "non può" continua ad ampliarsi".

"UDINE MOTORI" ALLA FIERA DI UDINE

L'usato per tutti i gusti e tutte le tasche

La curiosità iniziale viene sollecitata dalle accattivanti proposte d'acquisto veicolate dal "tubo catodico". Poi si passa a un'analisi più approfondita attraverso le riviste di settore. Definito il budget a disposizione, un'occhiata ai modelli esposti nelle concessionarie è d'obbligo per confrontare prodotti, prezzi, optional e modalità di pagamento. L'atto finale è il "brainstorming" con amici, parenti e il meccanico di fiducia. A quel punto si passa alla firma del contratto. E' questa, più o meno, la "trafila" che ogni automobilista compie



quando è in procinto di acquistare o cambiare la vettura. Stessa prassi per chi decide di sostituire l'auto vecchia con un altro veicolo usato.

Una buona occasione per chiarirsi le idee e toccare con mano tutte le proposte

sulla "piazza" nel settore degli automezzi di "seconda mano", è rappresentata da Udine Motori, manifestazione che animerà il quartiere fieristico udinese nel primo weekend di aprile (sabato 1 e domenica 2).

Giunta alla terza edi-

zione, la kermesse, patrocinata dall'Acì, proporrà ai visitatori (nel 2005 sono stati oltre 30 mila) un'offerta completa che comprende centinaia di autovetture per tutti i gusti e per tutte le tasche (per gli amanti del genere ci saranno alcune Ferrari, Lamborghini, Chevrolet e auto "Made in Usa", tirate a lucido), motociclette, veicoli industriali, commerciali e agricoli per un totale di oltre mille prodotti esposti.

A mettere in mostra i "gioielli" ci penseranno un centinaio di espositori, suddivisi tra rappresentanti di concessionarie, rivenditori

e operatori specializzati nell'ambito dell'assistenza post-vendita provenienti anche da fuori regione.

La fiera dedicherà un ampio reparto anche ai camper e alle barche, rigorosamente usate, un angolo rivolto a curiosi e appassionati che proprio nei giorni della manifestazione potranno ammirare i mezzi in mostra e, eventualmente, avviare qualche proficua trattativa. Un padiglione intero, inoltre, ospiterà artigiani specializzati che potranno consigliare gli automobilisti su materiali, impianti, tecniche e costi di eventuali modifiche da apportare ai veicoli.

Il palinsesto prevede anche una serie di eventi collaterali. La Eventi & Co, organizzatore della manifestazione insieme all'Associazione concessionari della provincia di Udine (Ascud), ha previsto, infatti, un "Gran Prix dell'auto Tuning" (una vetrina degli autoveicoli con le più inedite e vistose "elaborazioni" alla carrozzeria), un motoraduno (in programma per la domenica) e il primo salone dell'Hi-Fi Car, un concentrato di tecnologia di ultimissima generazione per rendere le automobili ancora più confortevoli.

Il.Go.

ATTUALITÀ

Cividale ospiterà una serie di iniziative che la vedranno interagire con il Centro Europa

L'osservatorio cividalese

Partendo dalle eccellenze culturali si intende promuovere attività turistico-economiche

di Raffaella Mestroni

Balcani costituiscono parte integrante del sistema europeo, un'area strategica, oggetto di iniziative di associazione e integrazione da parte dell'Unione europea e rientrano in un vasto sistema di cooperazione internazionale. I Balcani rappresentano altresì un'area essenziale per il rafforzamento delle linee di cooperazione nell'area mediterranea, per il riequilibrio delle tendenze di sviluppo fra il Nord e il Sud dell'Europa, per il rafforzamento delle iniziative di collaborazione fra i Paesi dell'Europa occidentale e dell'Europa Orientale, per l'intensificazione dei rapporti di collaborazione con la Federazione russa.

In questo quadro il Friuli Venezia Giulia, grazie alla sua consolidata tradizione di interscambio con l'area balcanica e all'esperienza maturata nella cooperazione, ha le caratteristiche per ospitare un Osservatorio permanente sui Balcani.

L'idea è nata all'interno di un innovativo e articolato progetto economico e culturale, elaborato dal Comitato istituzionale "Cividale per l'Unesco" e dal Comune di Cividale del Friuli in collaborazione con Eurispes, che per l'iniziativa ha già ottenuto l'adesione dell'Ocse. Non solo. Anche



La Bit di Milano dove si è svolta la presentazione del progetto "Longobardia - Regione virtuale europea". A fianco un'immagine di Cividale



la Regione Friuli Venezia Giulia dovrebbe svolgere, all'interno del programma, un importante ruolo di sostegno.

Gli obiettivi del progetto, che punta a coinvolgere anche le Camere di Commercio, saranno presentati in autunno, in un convegno a Cividale durante il quale saranno analizzate le possibilità di sviluppo della presenza economica italiana nei Balcani, ascoltando le esigenze di sviluppo economico espresse da istituzioni dell'intera area. Ciò consentirà di individuare i punti critici e le necessità di supporto operativo per le imprese impegnate in quella zona.

La costituzione dell'Osservatorio è soltanto una delle numerose iniziative di cui si compone il progetto che, sul versante culturale si concretizza nell'iniziativa "Cividale e le

prime sedi di potere longobarde in Italia".

"L'inserimento della località nell'apposito elenco di siti candidabili all'Unesco - afferma il sindaco Attilio Vuga - ha aperto una concreta prospettiva di sviluppo non soltanto per la città ducale, ma anche per tutti gli altri siti friulani interessati, un'occasione che non possiamo perdere, così come non possiamo perdere l'opportunità di ospitare l'Osservatorio sui Balcani che ha già catalizzato l'interesse di dieci atenei italiani. Noi siamo pronti, restiamo in attesa della risposta della Regione, che auspichiamo arrivi rapidamente, perché altrimenti rischiamo di veder "scippare" il progetto. In "lista d'attesa", infatti, ci sono già altre candidature".

Elaborato un anno e mezzo fa da un Comitato

istitutivo (presieduto dal sindaco di Cividale Attilio Vuga) al quale hanno aderito la Regione Friuli Venezia Giulia, la Provincia di Udine, le Università di Udine e Trieste, l'Arcidiocesi di Udine, le Associazioni di categoria e quelle culturali, il Club Unesco di Udine e le realtà impegnate nella promozione turistica del territorio, il progetto può contare sul sostegno della Banca Popolare Friuladria.

"Relazione e dialogo costante tra banca e territorio in cui opera - spiega Giovanni Lessio, responsabile della comunicazione per FriulAdria - sono gli elementi che caratterizzano la nostra filosofia operativa, il nostro contributo allo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio. La nostra attività nella cultura, coniuga le iniziative progettate e ge-

stite dall'istituto, ad altre azioni che ci consentono di esprimere una partnership attiva per la promozione di questo settore".

"L'obiettivo - aggiunge Lessio - è favorire la costruzione di un "sistema" regionale che, partendo dalle eccellenze culturali e ambientali, possa promuovere attività turistico-economiche".

In attesa del placet da parte del Ministero, il Comitato si è messo al lavoro per realizzare un "progetto d'area", con l'obiettivo di far sviluppare prospettive di crescita in chiave turistico-economica e per fornire risposte adeguate, anche sul piano delle produzioni tipiche e caratterizzanti e di servizi specifici, alla prevedibile, nuova domanda.

Il programma predisposto prevede la realizzazione di eventi, autonomi

dal punto di vista della gestione organizzativa, ma collegati da un unico filo conduttore: valorizzare, in chiave economica e culturale, il patrimonio storico dell'area cividalese e sfruttare la posizione di Cividale del Friuli quale luogo di eccellenza per le relazioni con il Centro Europa, proprio in ragione della storia del luogo, custode di fonti documentarie e monumentali condivise dalle culture centro-europee. In questo quadro, oltre al progetto "Longobardia - Regione virtuale europea" (realizzato in collaborazione con il Comune di Brescia e le associazioni territoriali locali) che è stato presentato ufficialmente alla Bit di Milano nello stand della regione Lombardia, un ruolo di primaria importanza sarà rivestito dal costituendo Osservatorio sui Balcani.

IN CARINZIA

Gli albergatori fanno l'occhiolino ai friulani

Il turismo carinziano punta in modo particolare sull'Italia. Più che una scelta, è una necessità imposta dalle circostanze. Dieci anni fa questo problema non si poneva. L'opulenta Germania produceva turisti in quantità. E su questa clientela sicura e senza complicazioni (nessun problema di lingua, nessun problema di valuta essendo il marco scambiato al pari dello scellino, nessun problema di mentalità) gli operatori turistici della Carinzia si erano adagiati: se volevi villeggiare a Bad Kleinkirchheim o sul Wörthersee, dovevi prenotare con largo anticipo. Neanche a pensare poi di poterci stare soltanto per un weekend: non si accettavano prenotazioni al di sotto della settimana.

Ora la musica è cambiata. La Germania non è più così opulenta e il flusso turistico da quel Paese si è

sensibilmente ridotto. Ma anche il modo di fare vacanza è cambiato (si va in vacanza più spesso, per periodi più brevi, possibilmente scegliendo mete differenti e sempre nuove), per cui anche quando la Germania tornerà ricca - e i segnali già ci sono - non è detto che i tedeschi tornino ad affollare le spiagge del Wörthersee.

I responsabili del turismo del Land Carinzia hanno preso atto della situazione e ne hanno tratto le conseguenze. Il disastroso bilancio della recente stagione turistica estiva, dovuto in parte anche alle sfavorevoli condizioni meteorologiche, ha confermato queste valutazioni, ma la decisione di percorrere nuove strade era stata già presa da tempo. Alcune di queste nuove strade portano a Est, sui mercati turistici della nuova Europa. Altre



La copertina del catalogo in italiano (foto Rodach)

strade portano a Sud. Una di queste porta in Italia e, in particolare in Friuli Venezia Giulia.

Per richiamare ospiti dal nostro Paese il Land Carinzia ha investito in pubblicità e promozione 250.000 euro, di cui 166.000 sostenuti dalla Kärnten Werbung

(l'azienda turistica regionale) e il resto dalle aziende di promozione territoriale e dagli albergatori. Ma soprattutto si è costituito tra gli albergatori il "Gruppo Italia Carinzia", cui aderiscono per ora 57 strutture alberghiere, presenti in cinque distretti turistici della regione.

Sono alberghi di vario livello che si sono organizzati per offrire un servizio adatto alla clientela italiana. Non soltanto perché in tutti si parla e si comprende la nostra lingua, ma anche perché vengono curati dettagli dell'offerta graditi all'ospite del nostro Paese: dai tovaglioli di stoffa (anziché di carta) al pane bianco sulla tavola, dall'acqua minerale in camera, alla cena servita anche in tarda serata, dal menu con la traduzione in italiano delle portate alla disponibilità di giornali e riviste italiane e di un canale televisivo Rai o Mediaset. Potrebbe sembrare tutto scontato, ma non lo è, come sa chi frequenta l'Austria, dove dopo una certa ora le cucine sono chiuse.

L' "offensiva" si avvale anche di altre armi, tra cui un catalogo a colori in italiano, stampato in 50.000 copie, nel quale

sono presentati gli hotel del "Gruppo Italia" e sono illustrati pacchetti di soggiorno estivi e invernali. C'è poi anche il sito internet www.carinzia.at nella nostra lingua. "Con la fondazione del Gruppo Italia Carinzia - spiega Werner Bilgram, direttore della Kärnten Werbung - vorremmo rivolgerci agli ospiti italiani in modo ancora più professionale, offrire migliori servizi e garantire una vacanza tra amici".

Naturalmente il mercato italiano non è una "terra incognita" per il turismo carinziano. In questo primo periodo della stagione invernale sono già 37.419, con 116 mila giornate di presenza, con un aumento del 15,7% rispetto all'inverno 2004-5, quando le presenze erano state nell'intera stagione 165.000.

Marco Di Blas

SPECIALE EUROREGIONE

Friuli Venezia Giulia, Veneto, Carinzia, Slovenia, Contea litoraneo montana e Regione

Il futuro ha un n

IL "PROGENITORE" BIASUTTI

"Un'Alpe Adria moderna"

In bilico tra protagonismo e isolamento nella geografia della nuova Europa, per il Friuli Venezia Giulia "l'Euroregione può rappresentare la scossa vera. Non il luogo delle dichiarazioni ma delle politiche concrete da decidere insieme". Un progetto importante, "figlio dell'esperienza di Alpe Adria", di cui Adriano Biasutti, presidente della regione Friuli Venezia Giulia a cavallo tra gli anni Ottanta e Novanta, fu indiscusso protagonista. "E' venuto il tempo delle cose da fare, il mio era quello delle idee e delle grandi scelte politiche da avviare. Su questo terreno l'Euroregione può essere la risposta. Più si tarda, peggio è".

Correva l'anno 1978. L'Europa era percorsa dalla Cortina di Ferro, che divideva due sistemi politici in antitesi: da una parte il mondo occidentale europeo, dall'altra quello comunista sotto l'influenza sovietica.

Il 20 novembre di quell'anno Friuli Venezia Giulia, le Repubbliche jugoslave di Slovenia e Croazia, i Länder austriaci di Carinzia, Austria superiore, Stiria, Salisburgo e Baviera (questi ultimi in qualità di osservatori attivi) siglarono il Protocollo d'intesa che istituiva la comunità di lavoro dei Länder e delle Regioni delle Alpi Orientali: Alpe Adria. Allora presidente della Regione era Antonio Comelli.



"La comunità di Alpe Adria - racconta Biasutti - nasce da un gruppo di regioni che si pongono il problema di creare un'area in cui sviluppare politiche comuni, superando l'ostracismo politico in virtù delle storiche affinità. Due le motivazioni: la crescita economica e sociale al di là della cortina di ferro che ci aveva divisi, e la volontà di spezzarla, quella cortina. Per questo fummo guardati con grande sospetto".

"Inizì una politica seria, di sviluppo. Si discusse di programmi urbanistici, di infrastrutture, di servizi. Nel 1984 subentra Comelli alla guida del Friuli Venezia Giulia. Vivemmo tutta la stagione della crisi balcanica. Rappresentammo ai nostri governi la necessità di una politica diversa. Il nostro progetto non fu capito. E il resto è storia".

Ma si gettarono le basi per la creazione di un "laboratorio" di discussione e confronto organizzato, an-

corché informale, sui temi delle comunicazioni, dell'economia, dei rapporti culturali. Che oggi rivive nell'Euroregione.

"Il presidente Riccardo Illy ha recuperato un disegno più moderno, anche se meno ambizioso. Rispetto ad allora, l'Europa si è allargata e c'è il bisogno di politiche più concrete e incisive, non tanto sul piano politico ma su quello economico e sociale. L'Euroregione è un po' la figlia di Alpe Adria, la sua versione ammodernata. Quello che è certo, è che la sua realizzazione va accelerata. Anche perché i grandi temi come il Corridoio V, i problemi dello sviluppo economico e i temi dell'innovazione, tutto quello che la globalizzazione sta scaricando al di qua e al di là dei confini, hanno bisogno di una struttura che sia in grado di governarli".

Alpe Adria era un'associazione volontaria, priva delle personalità giuridica che il presidente Riccardo Illy chiede per l'Euroregione. "Aveva il vantaggio del grande entusiasmo politico che la sosteneva alle spalle (e ricorda, con affetto, il Mittelfest: "Pensato come palcoscenico d'incontro di Alpe Adria"). Ma il riconoscimento giuridico è un aspetto estremamente importante. Si crea una vera istituzione formale. Questo non fa venir meno le singole identità, ma le può accomunare in una politica più ampia e incisiva".

di Sonia Sicco

Si chiama Euroregione, nascerà in capo a quattro anni ed è la sfida lanciata dal presidente Riccardo Illy per riconquistare centralità nella difficile scacchiera dell'Europa allargata. Sarà la risposta politica alla domanda di economia e società del Nordest. Portando benefici sul piano economico, istituzionale e socio-culturale. Insieme al Friuli Venezia Giulia, a volerla sono il Veneto, Carinzia, Slovenia, Contea litoraneo montana e Regione Istriana. Che unite lavoreranno per coordinare ed estendere le forme di collaborazione transfrontaliera, rafforzando la coesione e la competitività territoriale della macroarea. Un'operazione ambiziosa, che, se vincerà diffidenze e difficoltà, potrebbe diventare uno dei motori dell'Unione europea. E' un progetto che ha radici nel passato. Le prime forme di euroregioni nacquero dopo la Seconda Guerra Mondiale, prima della costituzione della Comunità Europea, per promuovere la collaborazione fra le zone confinanti delle nazioni che durante il conflitto erano state nemiche. Forma di cooperazione ulteriormente sviluppata nell'ambito dell'Ue, che per la promozione della cooperazione transfrontaliera oggi stanziava notevoli mezzi finanziari. **Un po' di storia.** A partire dalla seconda metà del XX secolo le comunità locali, province e regioni nei Paesi europei, presero l'iniziativa di costruire la pace collaborando insieme. In alcune delle esperienze più avan-



zate fu possibile per i cittadini usare in modo incrociato, almeno in parte, i servizi delle diverse pubbliche amministrazioni. Formalmente queste entità erano assai diverse tra di loro: potevano essere "leggere" o avere anche organi comuni, per esempio un Consiglio dell'Euroregione. Oggi queste esperienze sono parecchie decine, favorite anche dall'aprirsi ad Est dell'Ue. L'organismo che le collega si chiama Arfe (Associazione Regioni Frontaliere d'Europa) e ha sede a Gronau (Germania).

Il caso FVG. Dal 31 gennaio 1963, data della sua nascita, il Friuli Venezia Giulia inizia a delineare la rete di relazioni sulla quale si fondano oggi molte delle attività di cooperazione transfrontaliera. Che risalgono al 1965, quando a Campoformido, Friuli Venezia Giulia, Slovenia (al-

lora appartenente alla Repubblica Socialista di Jugoslavia) e Carinzia dettero vita a **Trigon**, iniziativa volta al confronto sui temi della pianificazione territoriale e del turismo nelle aree confinanti comuni. Più strutturata la collaborazione che nel 1969 ebbe inizio a Udine, quando i partner di Trigon, con l'aggiunta della Croazia, fecero nascere **Quadrigon**, che fissava incontri, scopi, organizzazione, e finanziamento. Un'esperienza importante per l'avvio successivo dei lavori della Comunità di lavoro dei Länder e delle Regioni delle Alpi orientali, nota come **Alpe Adria**. Nel 1978 i nove membri originari, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, Regione Veneto, Rs di Slovenia e Croazia, Länder austriaci di Carinzia, Austria superiore, Stiria e, in qualità di os-

L'OBIETTIVO

Il nuovo ente nel 2010

Non sarà un nuovo Stato, né una Confederazione. L'Euroregione sarà un ente pubblico con personalità giuridica, in grado di armonizzare politiche adatte all'area transfrontaliera che lo racchiude, quella tra le Alpi e l'Alto Adriatico. La sua capitale sarà a rotazione, e le sue aree d'azione saranno le infrastrutture di trasporto e la comunicazione, la cooperazione scientifica, le materie medico-sanitarie e di pronto intervento. Ma anche gli agriturismo e il trasferimento delle conoscenze linguistiche.

La costituzione formale è attesa entro il 2010. Oltre 8,5 milioni e mezzo i suoi cittadini. Con un Pil pro capite medio di livello europeo: si va dal minimo di 6 mila euro annui prodotti per ciascun abitante nella Contea quarneriana ai 25 mila del Veneto. Calcoli statistici, ma che prevedono come standard di riferimento un pil pro capite medio di 20 mila euro. Come la Grecia, ad esempio, o il Portogallo.

Una bozza di dichiarazione d'intenti è stata firmata lo scorso ottobre, a Villa Manin di Passariano, dove i "sei padri fondatori"

- Friuli Venezia Giulia, Veneto, Carinzia, Slovenia, Contea litoraneo montana e Regione Istriana - stabiliscono che, nel rispetto delle normative comunitarie, internazionali e nazionali, vogliono dar vita a un soggetto nuovo funzionale allo sviluppo armonico delle rispettive aree. Per questo verrà creato un gruppo tecnico per fissare il quadro giuridico che specifichi finalità, attività, organizzazione e risorse.

Due le motivazioni a sostegno della nuova realtà, secondo il presidente Riccardo Illy: "Ci sono molti interessi in comune - ha

spiegato a Villa Manin - e attività istituzionali condivise da tempo. La nuova competizione tra sistemi territoriali ci suggerisce di sfruttare questi elementi comuni per aumentare la competitività dei nostri territori". Per il presidente del Veneto, Giancarlo Galan, "l'Euroregione la vogliamo fare perché qui ci sono i nostri interessi, e siamo più vicini a Zagabria che a Roma. Ci interessa di più, perché qui c'è la vita delle persone, e se una volta qui scorreva la cortina di ferro, gli uomini di buona volontà i confini li saltano".

Secondo i promotori,



l'Euroregione è un progetto politico che non esorbita dagli interessi di ciascun Paese d'appartenenza in Europa e nelle relazioni internazionali. Le Regioni rappresentano il giusto livello per perseguire interessi concreti di cooperazione transfrontaliera.

Come definito negli accordi finora conclusi, che mirano a forme di collaborazione in ambiti nei quali non solo le Regioni hanno competenze, rappresentatività territoriale e istituzionale, ma anche una storia positiva e anticipatrice di rapporti di cui gli Stati - i

gione Istriana uniti per avere benefici sul piano economico, istituzionale e socio - culturale

nome: Euroregione



Le autorità politiche in un recente incontro per l'Euroregione. Sotto, a sinistra il valico autostradale di Tarvisio; a destra, l'ufficio di frontiera Italia - Austria - Slovenia a Coccau

sione europea e il commissario europeo per le Politiche regionali, affinché venga emanato un provvedimento che renda possibile la nascita di Euroregioni. La Direzione generale per le Politiche regionali dell'Unione europea ha così messo allo studio il testo di un provvedimento normativo, cioè di un regolamento europeo, per sviluppare la cooperazione transfrontaliera, con la contestuale reazione di soggetti giuridici in grado di attivare queste forme di collaborazione. Nel frattempo la Regione ha avviato nel maggio del 2004 la procedura per la costituzione dell'Euroregione, inviando una lettera formale al ministro per gli Affari Regionali della Slovenia e ai presidenti della Carinzia e delle Contee croate Istriana e Litoraneo-Montana (Fiume), mentre con il Veneto un accordo è stato già approvato dalle due Giunte regionali. Oggi, il processo per la creazione del regolamento europeo ha visto finora un ampio supporto da parte della Commissione europea e del Parlamento, mentre ci sono resistenze da parte del Consiglio, nel quale sono rappresentati gli Stati che temono di vedersi sottrarre poteri dalle regioni. Ma si va avanti. E si guarda al 2010 per il varo della nuova istituzione.

INTERVISTA AL PRESIDENTE ILLY

"Un modello per l'Europa"

Il 2010 non è lontano, ma la strada da percorrere è ancora lunga. Lacci e laccioli della burocrazia non mancano. Ma il presidente Riccardo Illy guarda avanti: "La novità sta nel costituire Euroregioni prendendo Regioni e Paesi diversi, ma che abbiano una stretta collaborazione. Con il Veneto, la Carinzia e la Slovenia c'è già un buon rapporto. Una affinità che può sfociare in un'integrazione molto più forte proprio grazie all'Euroregione. Ciò le consentirebbe di essere più competitiva nell'economia globale, e di migliorare la vita ai suoi cittadini".

I governi dei rispettivi Paesi non hanno ancora dato il via libera e il soggetto giuridico nascerà solo quando l'Ue darà il suo benestare. E la firma della Dichiarazione d'intenti per l'avvio della costituzione dell'Euroregione è scivolata a dopo le elezioni politiche italiane del 9 e 10 aprile.

- L'Unione europea, secondo alcuni rilevamenti, ha perso smalto agli occhi dei cittadini, complice anche la moneta unica. L'Euroregione avrà più successo?

"Noi crediamo proprio di sì. Siamo convinti che iniziative come la nostra dovrebbero diffondersi in tutto il territorio dell'Unione europea, proprio per ridare slancio all'integrazione dell'Unione su base regionale. Noi crediamo che un'atti-



ultime riunioni del Consiglio d'Europa, dove si è parlato del Regolamento europeo per i gruppi economici di cooperazione transfrontaliera (Gect), la posizione dell'Italia è stata molto favorevole".

- Una volta costituita L'Euroregione, cosa cambierà per il cittadino?

"Faccio un esempio concreto: uno dei nostri obiettivi è creare un sistema di tutela della salute e di protezione sociale basato su una rete di infrastrutture non più regionale ma euro-regionale, che quindi viene utilizzata facendo finta che i confini non esistono fra regioni e fra stati. E che sia accessibile liberamente a tutti i cittadini dell'Euroregione: il cittadino di Udine potrà andare a curarsi nell'ospedale di Klagenfurt e viceversa, perché lì c'è lo specialista migliore. E lo potrà fare senza dover chiedere autorizzazioni o svolgere pratiche burocratiche. Prevediamo un coordinamento generale su tutte le attività istituzionali, legislazione, attività amministrativa, e nel campo economia, sociale e cultura. Penso ai servizi di pubblica utilità, che sono per lo più gestiti dalla amministrazioni comunali, ma che di nuovo vediamo gestiti su base euroregionale, con una possibilità di maggiori economie di scala e di efficienza molto maggiore. Oltre al miglioramento della qualità di servizio, tutto a beneficio dei cittadini".

vità di cucitura lungo i confini, con l'intento di superarli, dia una forte spinta all'integrazione. E in tempi successivi potrebbe riprendere con maggiore slancio l'azione dell'Unione stessa e dei Paesi membri".

- Tuttavia, a livello governativo e ministeriale si sono registrate reazioni quantomeno tiepide al progetto.

"Direi che è una posizione più che altro ascrivibile ai dirigenti del Ministero degli Affari Esteri. Quella di voler mantenere sotto controllo ogni forma della politica estera credo sia una posizione storica. Ricordo però che la Costituzione italiana novelata nel 2001 prevede che nella materia di loro competenza e attraverso l'approvazione della legge La Loggia, le Regioni possono sviluppare attività internazionale. Inoltre, i rapporti con il Ministero degli Esteri e con il sottosegretario Antonione non hanno visto nessuna resistenza di questo tipo. Tant'è che nelle

servatori attivi il Länd di Salisburgo e il Libero Stato di Baviera, firmarono a Venezia il Protocollo d'intesa. Alpe-Adria si occupò in particolare di comunicazioni transalpine, ambiente, energia, agricoltura, turismo, urbanistica e rapporti scientifico-culturali. La disgregazione dello Stato jugoslavo, la nascita di nuove realtà politiche dopo il 1989 e l'avvio di programmi di cooperazione transfrontaliera europei (Interreg) hanno conciso con il declino di Alpe Adria. Che ha rappresentato per anni, pur senza personalità giuridica, una sorta di proto-euroregione.

L'Euroregione. Lanciato dal Friuli Venezia Giulia grazie alla determinazione del presidente Riccardo Illy, il progetto trova i suoi presupposti nella Convenzione sulla cooperazione transfrontaliera

firmata nel 1980 a Madrid dai Paesi membri del Consiglio d'Europa. Pensata come un soggetto istituzionale dotato di personalità giuridica a livello internazionale, punta al rafforzamento della cooperazione regionale nella nuova Europa allargata, con strumenti più moderni e incisivi. Il suo obiettivo: coordinare l'azione di governo e legislativa, promuovere lo sviluppo economico e favorendo i progetti comuni fra gli Enti locali nei campi della sanità, dell'ambiente, dei servizi sociali e di pubblica utilità. Attraverso una serie di contatti, il Friuli Venezia Giulia è riuscito a coinvolgere e a ottenere il consenso alla costituzione dell'Euroregione dal Veneto, dalla Carinzia, dalla Slovenia e da alcune Regioni della Croazia. Sono stati quindi sentiti anche il presidente della Commis-

"sistemi Paese" - hanno beneficiato.

Gli ostacoli da superare, tuttavia, non mancano. Innanzitutto l'approvazione del Regolamento europeo, che ha già avuto il placet del Parlamento di Strasburgo e del Comitato delle Regioni, e aspetta il via libera del Consiglio dei ministri Ue. Vi è inoltre la ratifica degli "addenda" alla Convenzione di Madrid, con specifico riferimento all'Euroregione. A ciò si aggiunge che la Croazia ha solo da poco avviato i negoziati per l'adesione all'Unione e che la Slovenia solo dal prossimo anno varerà la suddivisione in Regioni. Ma il percorso per l'Euroregione potrebbe concludersi per il 2008, e i tempi allora saranno maturi.

"Abbiamo ritenuto utile aspettare - ha spiegato il presidente Illy - che si possa completare uno dei due percorsi comunitari, o il Regolamento europeo o il terzo Addendum alla Convenzione di Madrid. Nel frattempo, i soggetti firmatari concordano di coordinare una cooperazione su alcuni ambiti, come la salute e i servizi, cultura, turismo, minoranze, innovazione e ricerca scientifica, gestione eco-sostenibile del territorio, educazione e formazione professionale, infrastrutture e servizi per i trasporti, energia e telecomunicazioni e protezione civile".

"Al di là delle chances formali, l'iniziativa politica di Euroregione - ha evidenziato Galan - è in



linea anche con il quadro istituzionale comunitario, oltre che una concreta esigenza che si sta già cercando di soddisfare. Il Nord Est mitico, decantato, vive una fase di evoluzione, di adeguamento ad un contesto europeo e mondiale

di attori e fattori nuovi, cangianti. Ma non può esserci dubbio che alle esigenze di qualità alle quali l'economia, le parti sociali, la scuola, la ricerca, l'innovazione devono oggi corrispondere, adeguando iniziative e strumenti; la po-

litica deve dare un supporto nuovo, che guardi anche verso uno 'ius cogens': una legislazione nuova, non inceppata dai limiti delle norme vigenti".

In attesa che si realizzino le condizioni per l'attivazione di tale ente, le

due Regioni si impegnano a promuovere ampie forme di collaborazione volontaria in settori di competenza comune, con particolare riferimento a: ordinamento istituzionale; economia; infrastrutture di trasporto; sanità; formazione professionale; cultura; servizi di pubblica utilità, ricerca e innovazione. I Presidenti delle due Regioni si impegnano inoltre a promuovere iniziative per informare ed acquisire il sostegno delle rispettive assemblee legislative sul progetto comune di cooperazione, nonché a realizzare paralleli contatti tra gli organi esecutivi e a promuovere contatti con le altre entità sub-nazionali con le quali avviare la collaborazione.

FINANZA

A guardare con un certo interesse Piazza Affari alcune società friulane

La Borsa, un vero affare

La quotazione consente di proseguire nel processo di crescita e di espansione

di Mauro F. Grillone

È la globalizzazione, il processo di internazionalizzazione dell'economia a rendere inevitabile la crescita dimensionale e strutturale delle imprese, per metterle in grado di sopravvivere all'accresciuta competitività dei mercati. Un cambiamento che impone un salto qualitativo globale nella capacità di gestione dell'impresa e nell'ideare nuove strategie di sviluppo. E se la quotazione in Borsa può rappresentare un valido strumento per aiutare questo processo, le candidate friulane di razza allo sbarco a Piazza Affari ci sono già.

Di possibile approdo parla infatti la Raco di Attimis, società leader a livello mondiale nella produzione di componentistica per auto (realizza tubi e raccordi in alluminio e acciaio per gli impianti di condizionamento per i più grandi gruppi mondiali) che conta fabbriche in Italia, Spagna, Ungheria, Brasile e anche in Cina, oltre ad una società commerciale negli Usa. Il Gruppo Raco, oltre 1.200 dipendenti, ha chiuso il 2005 con un fatturato di 60 milioni ed è controllato all'85% dal fondo di investimento lussemburghese Absolut (il restante 15% è in mano al management). La società di Attimis - che sta mettendo a punto anche alleanze strategiche (in alcuni casi anche societarie) con altre aziende ad elevata tecnologia venete e



La Raco di Attimis (a sinistra) e la Eco di Pocenia (a destra) preparano l'approdo in Borsa nel 2007



friulane operanti in settori "vicini" al proprio per sviluppare un pannello di tecnologie che le permettano di mantenere un'elevata capacità competitiva, potrebbe giungere alla quotazione nel 2007.

E alla Borsa - sbarco presumibile, anche in questo caso, il prossimo anno - guarda anche la Eco di Pocenia, attiva nel settore del condizionamento e della refrigerazione. Il Gruppo, controllato dalla fine del 2004 dal fondo Compass Partners european equity, ha recentemente messo a segno un'importante acquisizione negli Usa, la texana Astro Air, secondo operatore statunitense sul mercato degli scambiatori di calore a pacco alettato, con un fatturato di circa 50 milioni di dollari. La Eco - fatturato consolidato di 290 milioni di euro, 2.300 addetti nel mondo, mille dei quali solo a Pocenia - è presente con propri impianti in Friuli (Eco, Eco refrigerazione,

Isc di Amaro - quest'ultima acquisita nel 2003 dal Gruppo De Longhi), Austria, Spagna, Svezia e ora anche Usa.

Sbocco quasi "naturale" - anche se i tempi restano da definire -, la Borsa sembra esserlo anche per la Trudi di Tarcento, società leader nel settore dei peluche e degli accessori per camerette con il marchio Sevi. La Trudi - controllata da Paladin-Carisma (Gruppo Bain) ha avviato da tempo un processo di diversificazione, siglando accordi di collaborazione con società operanti nei comparti della biancheria per la casa, abbigliamento bimbi, occhiali, gioielli e calzature oltre ad acquisire, nel gennaio scorso, il marchio tedesco Olli Olbot (prodotti baby di alta gamma). La società di Tarcento punta a chiudere il 2006 con un fatturato di 25 milioni - oltre il 55% è rappresentato dalla quota di export -, un Ebitda di 4 milioni e di portare i ricavi nel triennio

a quota 40 milioni.

Ma non c'è solo il comparto manifatturiero a guardare con interesse alla Borsa. E' infatti attesa a breve una decisione in merito anche da parte del Gruppo Stroili di Amaro, primo retailer italiano nel settore della gioielleria con i marchi Stroili Oro, Franco gioielli ed Exx. Partecipato dai fondi di private equity L Capital (Gruppo Lmvh) con il 60%; Raffaello (Euromobiliare, Gruppo Credem), con il 10%; ed Ergon Capital Partners (sponsorizzato da Ing e Gbl) con il 30%, il Gruppo Stroili conta di portare il proprio fatturato a oltre 130 milioni di euro al netto dell'Iva nel 2006 dai circa 90 del 2005, con un Ebitda che supererà i 22 milioni. Prevede l'apertura di un'ottantina di punti vendita nel 2006, portando così il loro numero totale a 300, cifra che dovrebbe salire a 400 nel biennio 2007-2008 per poi dare avvio al progetto

che consentirà al gruppo friulano di esportare la formula anche all'estero. Dall'inizio dell'anno il Gruppo Stroili ha già messo a segno due acquisizioni, la catena di negozi "Minuti preziosi" (11 punti vendita in Piemonte, Lombardia e Liguria) e 31 punti vendita della Geofin di Torreano di Cividale, società specializzata nella vendita di fossili e articoli da regalo con il marchio Geoworld.

Ma il panorama delle potenziali "quotande" non si esaurisce qui. Restando in uno dei settori più caratteristici del Friuli, quello del legno-arredo, ad una Calligaris che sembra piuttosto "refrattaria" all'idea della Borsa fa da contraltare una Snaidero che, completata la razionalizzazione di gruppo conseguente alle acquisizioni francesi e belga, invece a Piazza Affari potrebbe anche sbarcare. La società di Majano, del resto, già in uno studio di settore realizzato da Borsa Italia al-

cuni anni fa era indicata al primo posto tra le "appetibili", seguita dalla Fantoni di Osoppo (che però, allora, alla Borsa non si era detta interessata). Una quotazione potrebbe consentire alla Snaidero di proseguire nel processo di crescita e di espansione con acquisizioni su mercati interessanti, quali Spagna o Gran Bretagna ai quali guarda da tempo.

Da tempo "appetita" è anche la Faber di Cividale (bombole per gli usi più diversi, da quelli sportivi e medicali a quelli per il settore trasporti) che potrebbe beneficiare degli sviluppi della ricerca nel settore dell'idrogeno e delle energie alternative, mentre nemmeno il settore "pubblico" sembra immune dalle sirene della quotazione: è il caso di Autovie Venete, la concessionaria autostradale che gestisce la A4 Venezia-Trieste controllata dalla Regione che potrebbe mettere sul mercato parte della propria quota.

IL COMMENTO DI FANTONI

"Occorre saper cogliere l'opportunità"

Da spauracchio, spedito (soprattutto dai risparmiatori, "tramortiti" dagli effetti dalle ricorrenti bolle speculative) ad alleata dello sviluppo, soprattutto delle aziende locali, afflitte da cronico "nanismo" e ora "costrette" dai nuovi scenari economici globali a crescere - e in fretta - per restare competitive. La Borsa può allora diventare un partner, come è stato ribadito in un incontro a Palazzo Torriani, che ha visto la partecipazione tra gli altri di Luca Lombardo, direttore Mid & small caps market di Borsa Italiana, che ha sottolineato come in Italia - dove nel 2006 si prevede si quoteranno una quaran-



Giovanni Fantoni

tina di aziende - il numero delle società quotate sia di gran lunga più basso rispetto al resto d'Europa, in particolare a Francia, Germania e Gran Bretagna.

Galvanizzato dal caso Eurotech - la matricola di Amaro sbarcata a Piazza Affari a fine novembre scorso con risultati sorprendenti (il titolo, dai 3,4 euro del collocamento, ha raggiunto valutazioni stabilmente superiori ai 7-8 euro, facendo sentire benefici effetti anche sulla patrimonializzazione e sulle strategie del Gruppo) - il Friuli guarda ora a questa opportunità con rinnovato entusiasmo.

"E' bene considerare la possibilità di quotare in Borsa le nostre aziende non come un fine, ma come un mezzo per farle "correre" di più e per farle crescere più velocemente", commenta Giovanni Fantoni, presidente dell'Assin-

dustria friulana.

Certo, i numeri in gioco non sono grandissimi: "Le aziende che potrebbero scegliere questa strada a breve - aggiunge Fantoni - potrebbero stare sulle dita di una mano, anche se io spero su quelle di due... Non tante, ma che possono creare grandi opportunità di sviluppo. Pensiamo al successo di Eurotech, un grande avvenimento che dimostra tra l'altro che dove esiste la fortunata coincidenza tra settori con grandissime potenzialità di sviluppo e volontà di crescita si creano le premesse per un vero salto di qualità sul mercato. Alle imprese spetta la capacità di saper cogliere questa opportunità".

Oltre tutto - evidenzia ancora Fantoni - entrare nell'ottica della quotazione può rappresentare un grande vantaggio anche per la struttura gestionale e finanziaria dell'azienda: "Come ha spiegato anche Roberto Sigari, presidente di Eurotech, si tratta di un cammino che richiede all'azienda di sottoporsi ad un check up completo. Ma a fronte di questo sforzo, l'azienda ne esce poi con un'immagine ed un valore accresciuti e con migliori prospettive di crescita".

Il Friuli, comunque, si dimostra appetibile, come testimoniano gli investimenti compiuti negli ultimi anni da merchant e fondi in aziende locali, interventi che vanno ad "aggiungersi"

a quelli di Friulia: "E' vero, fondi e merchant si vanno affermando da una decina d'anni, ma non vorrei assimilare la loro attività a quella di Friulia - commenta Fantoni -. La finanziaria regionale credo debba continuare a contraddistinguersi per quelle che erano le sue opzioni strategiche, ovvero essere punto di riferimento e sostegno delle aziende anche al di là di un'attività di merchant "pura"...E' comunque vero che la provincia di Udine, come confermano anche i dati Istat, sta dimostrando la propria tonicità. Stiamo vivendo una fase di trasformazione difficile, ma le capacità ci sono. Bisogna solo crederci".

M.F.G

CONFIDI COMMERCIO

DUE LAVORATORI SU TRE, IN PROVINCIA, LAVORANO NEL COMPARTO DEI SERVIZI

Terziario in Friuli. È boom

Dallo studio realizzato da due ricercatori udinesi, per il Confidi commercio, emergono le nuove frontiere dell'impresa

È il Terziario il nuovo protagonista dello scenario economico della provincia di Udine. A fronte di un comparto primario che dimostra un peso contenuto e a un settore secondario (l'industria) che nel corso dell'ultimo decennio ha ridotto il proprio apporto alla formazione del valore aggiunto, il Terziario, infatti, conquista spazio e rilievo, contribuendo in maniera sempre più determinante alla creazione della ricchezza regionale. L'evoluzione del settore è stata analizzata da due ricercatori, Francesco Marangon, economista e docente universitario e Mario Passon, responsabile dell'ufficio statistica della Cciaa udinese che hanno presentato i risultati della ricerca condotta per conto del Confidi commercio della provincia di Udine nel corso di un incontro con li operatori.

“Per comprendere il peso del Terziario – ha affermato il presidente del Confidi Giovanni Da Pozzo introducendo i lavori – bastano alcuni semplici dati: i servizi “assorbono”, sotto il profilo occupazionale, due lavoratori su tre in provincia di Udine e contribuiscono per il 71% circa al valore aggiunto del Friuli e dell'intera regione. Il settore commerciale e turistico, inoltre, dimostra di voler e saper crescere



Nella foto, da sinistra: Bertossi, Da Pozzo, Cigolot, Cecotti

ancora, come testimonia non solo l'aumento del numero delle imprese attive, ma anche il fatto che assistiamo ad un'evoluzione qualitativa della natura giuridica delle imprese stesse, con la presenza di sempre più società di capitali”.

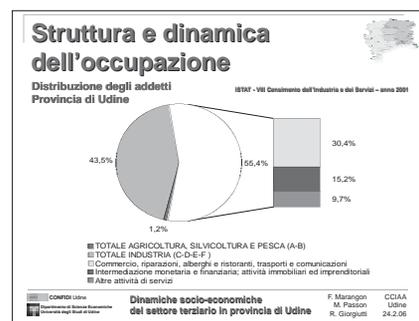
Secondo il sindaco di Udine Sergio Cecotti, la ricerca rappresenta uno strumento importante perché il comparto dei servizi è uno di quelli con maggiori prospettive di crescita. “Molto si è scritto e studiato sul manifatturiero e l'agricoltura – ha detto – mentre è sempre mancato uno studio organico e un'analisi completa del Terziario. Per gli amministratori, avere a disposizione un quadro così chiaro e accurato anche di questo settore, è un aiuto notevole per la programmazione che li aiuta a capire non solo dove stiamo andando, ma dove potremmo andare”.

Considera l'indagine soltanto il primo step di un lavoro che deve puntare a creare una sorta di Osservatorio l'assessore provinciale alle attività produttive Fabrizio Cigolot, “un osservatorio che ci permetterà di disporre di un quadro sempre aggiornato sull'evoluzione dell'economia locale”. Ottimista sul futuro dello sviluppo del territorio, anche sulla base dei dati presentati, l'assessore regionale alle attività produttive Enrico Bertossi, che ha ripercorso il lavoro della Giunta regionale in questa prima parte della legislatura attraverso le leggi approvate, “provvedimenti di ampio respiro – ha sottolineato – come a esempio quelli sul commercio e sul turismo, studiati per razionalizzare gli interventi finanziari e per riorganizzare le attività di sostegno e promozione verso gli imprenditori”.

Le cifre di un comparto in crescita

Dopo la forte contrazione registrata nel quarto trimestre 2004, e peggiorata nel primo trimestre 2005, il Pil finalmente risulta in ripresa. Già a partire dal secondo trimestre 2005, infatti, si registra un incremento pari allo 0,7% attestandosi nel terzo trimestre a un tasso pari allo 0,3%. Per quanto riguarda l'andamento del Valore Aggiunto relativo al settore terziario, la terziarizzazione del sistema produttivo risulta netta. In particolare se nel 1995 le attività quali “commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni” in regione e in provincia di Udine detenevano il peso maggiore, nel corso del tempo i loro contributi sono diminuiti lasciando spazio alle attività di “intermediazione monetaria e finanziaria” ed alle attività “immobiliari e imprenditoriali” che aumentano in modo evidente mentre le altre attività di servizi rimangono pressoché stazionarie. Sul versante occupazionale, confrontando i dati del Censimento dell'Industria e dei Servizi del 1991 e del 2001 emerge che gli addetti delle unità locali in provincia di Udine aumentano marcatamente nel settore del terziario di quasi 12 punti percentuali grazie alla forte crescita degli addetti delle “attività immobiliari ed imprenditoriali” e delle “attività di intermediazione monetaria e finanziaria”.

Per quanto riguarda il numero delle imprese registrate e attive del settore commerciale e turistico in provincia di Udine, a partire dal 2004 la struttura economica tende a rinvigorirsi registrando una crescita delle imprese registrate e attive, trend che si conferma anche nel terzo trimestre del 2005. Analizzando la dinamica demografica, le imprese commerciali diminuiscono nel lungo periodo (1997-2004) mentre le imprese turistiche aumentano di quasi due punti percentuali registrando un'impennata considerevole nell'ultimo anno (quasi 100 imprese in più). Dopo la flessione negativa nel 2002, anche nel settore del commercio si registra una timida ripresa. Interessante, dal punto di vista imprenditoriale, l'analisi di genere: complessivamente il numero degli imprenditori maschi è più del doppio di quello delle femmine nel settore commerciale mentre il rapporto è quasi paritario nel settore turistico. Quest'ultimo inoltre è decisamente “più giovane”. Oltre il 10% delle persone ha meno di 30 anni e più della metà un'età compresa tra i 30 e i 49 anni. Passando ad analizzare la consistenza, la superficie di vendita e il numero di addetti della grande distribuzione in provincia di Udine, emerge che le grandi superfici specializzate, i supermercati, gli ipermercati ed i cash & carry registrano una reale crescita del settore, mentre l'evoluzione dei grandi magazzini risulta essere piuttosto altalenante registrando nel 2004 una considerevole flessione in tutti e tre i profili esaminati. A fronte di uno sviluppo tendenzialmente omogeneo e uniforme del commercio moderno e della grande distribuzione si registra un progressivo declino dell'offerta commerciale nelle aree montane della provincia. Per quanto riguarda, infine, il turismo, gli arrivi di italiani e stranieri negli esercizi alberghieri ed extralberghieri in provincia di Udine dal 1999 al 2004 aumentano (il ridimensionamento di turisti stranieri è compensato dalla forte crescita dei turisti italiani) mentre le presenze diminuiscono (specialmente le presenze straniere). Vacanze più brevi, quindi, ma più frequenti. Ulteriore dato significativo, la spesa. Nel 2004, calano le entrate valutarie e questo conferma, in buona sostanza, il ridimensionamento della componente turistica straniera.



ATTUALITÀ

L'obiettivo di Promosedia: coinvolgere i soci nel piano strategico della società

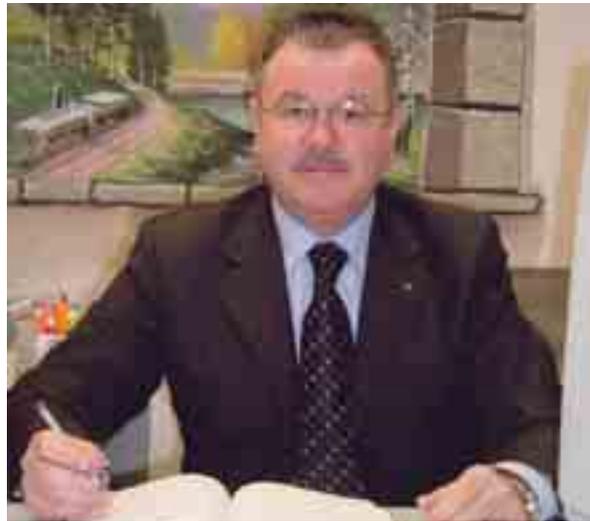
Imprenditori protagonisti

Prima tappa il rilancio del Salone che quest'anno diventerà un evento tutto italiano

di Raffaella Mestroni

“Da trent'anni operiamo per promuovere le imprese e il territorio, partecipando a fiere, rassegne ed eventi commerciali, ma soprattutto organizzando il Salone Internazionale della sedia, l'evento” per antonomasia, che caratterizza a livello internazionale il distretto. La globalizzazione, l'apertura dei mercati e la rapida crescita di una forte concorrenza, oggi richiedono anche a noi di rinnovare le nostre formule. Un compito al quale non intendiamo sottrarci, ma per il quale chiediamo la vostra collaborazione e partecipazione convinta. Chiediamoci insieme se il Salone ha ancora un senso, se serve effettivamente, se e come va rilanciato e poi, se la risposta è affermativa, cominciamo a lavorare su un progetto condiviso. Non è più il tempo delle critiche fini a sé stesse, serve dinamismo, nuova progettualità e obiettivi condivisi”.

Spiazzando completamente l'affollata platea, Franco Buttazzoni, neo presidente di Promosedia, ha aperto così i lavori dell'assemblea dei soci, convocata a Manzano. Non ha usato mezzi termini, Buttazzoni, convinto sostenitore della necessità di “mettersi sempre in discussione,



Il neo presidente di Promosedia Franco Buttazzoni

perché è l'unico modo per crescere e migliorare”.

Trasformarsi in un vero e proprio Centro servizi per le aziende, condividendo un tavolo operativo dove siano rappresentati tutti gli attori del territorio, dall'Agenzia di distretto alle associazioni di categoria, dalla Camera di Commercio al Catas, solo per citare i principali, è l'obiettivo primario di Promosedia che chiede però, agli imprenditori “un'adesione convinta e partecipata – ha sottolineato Buttazzoni – perché solo una compagine coesa potrà accelerare il recupero di competitività di tutto il distretto e il suo rafforzamento sui

mercati internazionali”.

“Negli ultimi anni abbiamo investito molto per migliorare il Salone internazionale della Sedia – ha ricordato Buttazzoni – e la sua capacità di attrazione. Abbiamo operato per garantire la tutela del territorio e delle aziende locali, anche a scapito delle logiche di mero fatturato, in certi casi. Nonostante ciò il Salone ha progressivamente perso espositori e il calo maggiore deriva proprio dalla nostra zona. E allora mi chiedo: c'è ancora interesse per questo evento? C'è la volontà di fare sistema o quella asserita è solo una dichiarazione d'intenti?”.

Promosedia ha da tempo



Il presidente della Camera di Commercio, Adalberto Valduga

avviato un processo di rinnovamento che riguarda anche il Salone che sarà, in questa edizione 2006, un evento tutto italiano, un contenitore di novità progettuali e di cultura all'insegna esclusiva del Made in Italy per valorizzare le aziende friulane e italiane di qualità. “Una scelta non facile – ha ribadito Buttazzoni, ma che distinguerà la manifestazione nel variegato panorama fieristico. Un progetto che, ne siamo certi, darà valore aggiunto alle aziende espositrici e sarà elemento catalizzatore per i molti operatori internazionali del settore”.

Un sostegno convinto al programma di lavoro di

Promosedia è arrivato dal presidente della Cciaa di Udine Adalberto Valduga: “L'ente camerale, socio di maggioranza relativa, crede con forza nel ruolo di Promosedia, come motore di sviluppo e laboratorio progettuale per una strategia di promozione efficace e di marketing innovativo”.

“La Giunta camerale – ha detto ancora Valduga – ha stanziato un contributo a favore delle aziende del settore che utilizzando la loro presenza al Salone, potenzieranno la promozione di tutto il sistema. Come? Ospitando delegazioni straniere, incrementando la loro presenza sulle riviste di settore, utilizzando i loro ca-

nali informativi per far conoscere, ancora di più i prodotti del distretto. Una dimostrazione concreta di come l'Ente ritenga il Salone uno strumento prezioso e utile per il rilancio di tutto il settore”.

Sul ruolo di Promosedia all'interno della costituenda Agenzia per lo Sviluppo dei Distretti Industriali (Asdi), è intervenuto il presidente dell'attuale Comitato di Distretto Giovanni Masarotti, il quale ha sottolineato come il know how acquisito in materia di conoscenza dei mercati e nella promozione internazionale, rappresenti un patrimonio di fondamentale importanza per tutto il sistema.

Un richiamo a “utilizzare maggiormente Promosedia”, infine, è venuto dal presidente di Confartigianato Carlo Faleschini, che ha sollecitato gli imprenditori a elaborare idee, proposte e suggerimenti allo staff consortile “perché è inutile continuare a lamentarsi che le cose non vanno bene – ha detto – evitando però accuratamente di proporre soluzioni”.

“Stiamo attraversando una fase delicata – ha aggiunto – nella quale ognuno deve assumersi le proprie responsabilità, anche gli imprenditori. E non solo in azienda, ma anche all'interno di quegli organismi che li rappresentano”.

UNIVERSITÀ - I DATI DI ALMALAUREA

Lavoro a iosa per i laureati udinesi

Fortunati i laureati udinesi. Trovano lavoro prima dei loro coetanei italiani e guadagnano, quasi subito, circa mille euro (che di questi tempi, bui e cupi, di austerità non sono poi così pochi). Le rilevazioni riferite al 2004 effettuate da Almalaurea, autorevole consorzio composto da 35 atenei, presentate a Roma lo scorso febbraio al convegno “dall'Università al lavoro”, registrano che a un anno dal conseguimento del titolo ben 65 neo-dottori del capoluogo friulano su 100 risultano occupati, contro il 54% della media nazionale; se si tiene conto che il 16,3% probabilmente non sta cercando un impiego (c'è anche chi si applica negli studi per soddisfazione personale, o che invece demorde prima ancora di buttarsi sul mercato del lavoro), e che l'11,3% è fermo perché

punta a vincere un concorso in un ente pubblico, il livello di disoccupazione dei giovani laureati udinesi è davvero basso. Molti dottori, tra l'altro, hanno scelto la strada delle scuole di specializzazione e dei master post-laurea, e questo spiega lo striminzito 30% dei medici occupati a un anno dalla discussione della tesi.

Il sistema Udine quindi, per lo meno nelle aule capitanate da Furio Honsell, funziona, e soprattutto dà risultati tangibili a breve termine. Il segreto, secondo il Magnifico Rettore, molto amato dai suoi studenti - e già questo potrebbe costituire un fattore motivante e trainante -, sta nella perfetta simbiosi dell'università con il territorio, che solitamente sfocia in interessanti opportunità occupazionali nella stessa provincia di residenza. Un senso di ap-



partenenza tutto friulano che se da un lato garantirebbe l'accoglienza dei laureati nel mondo del lavoro locale, dall'altro (forse) lega le nuove generazioni - ormai nipoti e pronipoti dei nostri emigranti - all'ambiente di provenienza con una conseguente “chiusura” ad esperienze all'estero (se si eccettuano i viaggi Erasmus) o anche solo extra-regionali, e una forte richiesta di specializzazioni,

tirocini, stage e praticanti in zona.

Favorevoli alle lauree made in Friuli - nel 2000 il dato occupazionale udinese arrivava addirittura a 72,4%, circa 12 punti in più rispetto alle altre università italiane - anche le percentuali relative al diploma triennale: dà da lavorare entro un anno al 39%, contro il 36 nel resto d'Italia. Se poi si fa riferimento alla bistrattata Lettere e Filosofia, la facoltà

per antonomasia creatrice di disoccupati, a Udine ha fatto invece “sistemare” nel 2004 il 58% dei suoi allievi, seguita da Lingue (48), Medicina (47), Agraria (44). Maglia nera a Medicina veterinaria, con il 29% di non occupati contro il 2 di Ingegneria o il 3 di Economia dopo la laurea triennale; dati però che si ribaltano dopo 2 anni, al termine delle attività di formazione post-laurea, con un 88% degli ingegneri, ad esempio, in carriera.

Anche se la condizione occupazionale dei neo-dottori friulani resta invidiabile e la regione offre possibilità e sbocchi in vari campi, la precarietà è in agguato e anche Udine non può dirsi un'isola felice. Mille euro, poi, sono considerati pochi rispetto agli sforzi profusi sui libri (ma giornaliste laureate, solo 10 anni fa o poco più, non si scandalizzavano di

guadagnare 5mila lire per i primi timidi articoli... meditate ragazzi, meditate). Nell'indagine condotta da Almalaurea risulta però che lo stipendio sale dopo 3 anni a 1150 euro (media nazionale) e dopo 5 a 1300; medici ed ingegneri, ovviamente, possono contare a fine mese su un portafogli più gonfio, mentre gli appartenenti al gruppo letterario sono - come sempre - il fanalino di coda dei guadagni. Sempre meglio, comunque, rispetto a chi possiede una licenza elementare (+23%) o un diploma (14%). I maschi del terzo millennio, infine, continuano ad avere maggior potere contrattuale, a pari posizione lavorativa, delle loro coetanee: 1108 contro gli 883 portati a casa dalle donne, che pagano il fatto di dover/voler fare, un giorno, dei figli (come se ci fosse altra scelta...).

Rosalba Tello

I PIACERI

Il sequenziamento del genoma della vite porterà il Friuli ai vertici dell'enologia

Ricerca da non perdere

Pochi produttori di vino hanno finora risposto all'appello. I commenti di chi ha aderito

di Giulio Colomba

Nel cuore del Friuli, grazie alla forte spinta dell'Università di Udine, sta procedendo una iniziativa che proietterà la nostra regione ai vertici della ricerca enologica mondiale. Ci riferiamo al progetto per il sequenziamento del genoma della vite. Ne parliamo con il responsabile scientifico Michele Morgante, docente di genetica agraria. "La filosofia etica dell'iniziativa si incentra sulla disponibilità pubblica dei risultati", dice Morgante. Questo è possibile in quanto l'impegno finanziario più importante proviene da strutture pubbliche, prima fra tutte l'Università e il Parco Scientifico Tecnologico friulano, presieduto dal rettore Furio Honsell, che ha delegato la prof. Compagno nella definizione del business plan del progetto. Dal punto di vista della struttura finanziaria si è realizzato un piano di partecipazione congiunta pubblico-privato di assoluta novità. Circa il 52% dei 5 milioni di investimenti previsti è finanziato dal sistema territoriale ed in particolare dal sistema delle Banche di Credito Cooperativo della regione, dalle Fondazioni Bancarie Crup, Carigo e Crt, dai Vivai Cooperativi



Il colle e le viti di Rosazzo

di Rauscedo. Grandi assenti i produttori di vino, fatta eccezione per le aziende Livio Felluga, Le vigna di Zamò, Marco Felluga e Venica&Venica.

Eppure Cristiana Compagno aveva fatto ponti d'oro ai vignaioli al fine di coinvolgere l'intera filiera vitivinicola nel "controllo sociale" della ricerca scientifica. A tal fine, nel piano predisposto dall'Università di Udine, era prevista una presenza dei rappresentanti dei produttori nel consiglio di amministrazione della Fondazione di Genomica Applicata, istituto che gestirà le ricadute economiche ed applicative del progetto. Si trattava in qualche modo di una forzatura nella definizione degli organi di governance, stante il fatto che al comparto vinicolo si richiedeva una partecipazio-

zione economica solo dell'ordine del 2%, ma significativa della grande volontà da parte del mondo regionale della ricerca di fare sistema. Tuttavia il comparto non ha ritenuto ancora di impegnarsi, aspettandosi che siano le istituzioni pubbliche a farsi carico delle spese della ricerca. La Compagno ha attivato una serie di incontri, ma solo pochissimi hanno risposto. Andrea Felluga, amministratore delegato della Livio Felluga, l'azienda con un centinaio di ettari a Rosazzo, dice: "Riteniamo sia un appuntamento a cui non si possa mancare, un'occasione per rivendicare il primato del vino, la centralità delle aziende vitivinicole rispetto alle tematiche afferenti il proprio settore e quelli ad esso integrati. Vogliamo essere attori economici e so-

ciali di primo piano, incidendo sui diversi sistemi, scientifico, politico, mediatico, culturale, dei gruppi di opinione, delle associazioni, a questi ponendosi come interlocutori propositivi, coesi ed affidabili". Aggiunge Pierluigi Zamò, che con il fratello Silvano possiede Le vigna di Zamò, anch'esse con vigneti in prevalenza a Rosazzo: "Il concetto base che ci ha spinto a partecipare all'iniziativa è quello di riuscire a produrre dei nuovi tipi di piante più resistenti alle malattie (quindi con minor uso di pesticidi e quant'altro) e con adattamento migliore ai nostri climi. L'impostazione della ricerca garantisce un uso "democratico" delle scoperte e non prevede alcuna applicazione che porti verso gli Ogm. Questi obiettivi saranno raggiunti se la ri-

cerca verrà indirizzata da questi principi, pratici ed etici, dal futuro comitato di gestione". Da parte sua Ornella Venica, in rappresentanza della nota cantina di Dolegna del Collio, afferma: "Abbiamo aderito al progetto di sequenziamento del genoma della vite perché ha valenza internazionale e può portare ad importanti ricadute su tutto il territorio friulano e la nostra azienda. Inoltre queste ricerche, portando alla caratterizzazione genetica di varietà e cloni di vite, rintracciabilità delle origini dei vitigni, identificazione di vitigni autoctoni, possono diventare anche utile strumento per la prevenzione di patologie della vite stessa. Ritengo che il mondo della produzione vitivinicola abbia l'obbligo morale di sostenere e cofinanziare progetti di ricerca mirati al proprio settore di attività". Infine Marco Felluga, leader dei vignaioli del Collio, motiva la sua adesione al finanziamento del progetto sulla base dell'interesse dei consumatori, che avranno prodotti più genuini, del territorio, nel quale potranno essere valorizzate le varietà autoctone, e dell'ambiente, che trarrà benefici dalla minore necessità di intervenire con prodotti chimici nei vigneti.

Il tour della Cciaa

È partito da Alimenta, il tour alla scoperta delle ricchezze enogastronomiche e paesaggistiche della provincia di Udine organizzato dalla Cciaa in occasione dell'arrivo in Friuli di un gruppo di operatori del settore turistico. Selezionata dall'ente camerale con la collaborazione delle associazioni regionali che riuniscono sommelier (Ais), maitre (Amira), barman (Aibes) e cuochi (Fic), la delegazione, composta da Luigi Perazzo di Milano (primo classificato al concorso "Miglior sommelier d'Italia" che si è tenuto a Sassari lo scorso anno), comprendeva anche Giuseppe Sportelli di Bologna, vincitore della gara "Maitres dei maitres" organizzata a Grado nell'ottobre del 2005, Carlo Matisa (cuoco e ristoratore di Budapest, collaboratore dell'emittente televisiva Duna Tv e della rivista magiara Gastroforum) e Guido Angelini, vicepresidente nazionale dell'Aibes.

L'itinerario si è sviluppato fra visite alle aziende vitivinicole produttrici del Ramandolo, dove gli ospiti hanno potuto conoscere da vicino le metodologie di coltivazione delle viti, per proseguire alla scoperta di San Daniele e della zona dei Colli Orientali.

Sosta d'obbligo alle distillerie Nonino di Percoto, una visita all'Abbazia di Rosazzo, una tappa a Varmo per una lezione di profumi e una passeggiata a Palmanna le altre mete della tre giorni friulana che si è conclusa nello splendido borgo di Clauiano, frazione di Trivignano Udinese.

Intercalate da degustazioni di prodotti tipici, le visite sono state organizzate per far conoscere a chi li usa, i prodotti tipici locali e il territorio che li produce. Un'iniziativa che sposa la filosofia di Alimenta, vetrina dell'agroalimentare che la Cciaa di Udine ha sempre sostenuto. Anche quest'anno l'Ente Camerale ha affiancato il gruppo macellai e panificatori della Confcommercio nell'organizzazione dei loro eventi. Mentre i panificatori hanno sfornato diverse tipologie di "pan furlan", i macellai si sono esibiti in una dimostrazione "in diretta" delle metodologie utilizzate per la lavorazione delle carni.

R.M

L'OSTARIE DA ARTICO

A metà tra cjarsons e soppessata

di Bruno Peloi

Via Poscolle, a Udine, ha sempre avuto un appeal sui buongustai friulani. Basta ricordare l'albergo Roma o l'osteria Al Lepre. Quei "templi" dell'eno-gastro-socializzazione sono oggi scomparsi. Ma in via Poscolle persistono alcune "nicchie", come l'Ostria Da Artico. Posto tranquillo, trattoria tout court, frequentata sia dagli appassionati del tajut e dello stuzzichino sia da chi vuole mangiare in un certo modo. Ovvero: nel solco della tradizione carnica. Ma con la variante delle ricette calabresi. Scopriamo il perché.

Dopo diverse gestioni, nel 1992 Giacomino Cimenti e la moglie Maria rilevano il locale. E "sioe Marie" ne diventa la vera anima. Nel 1998, entra in gioco anche il figlio Federico, il quale sposa Melissa Sacco, originaria di Cosenza. Ecco dunque spiegato il con-



I titolari Federico Cimenti e Melissa Sacco

nubio tra Carnia e Calabria.

Le proposte gastronomiche nostrane sono semplici ancorché saporite. Da Artico fanno un sapiente uso di ricotta (scueta fumada), formaggi montani (anche il salato e il frant), soppessa, prosciutto crudo Wolf di Sauris, salsiccia affumicata, cotechino. Due volte la settimana, da Ovaro, arrivano freschissimi i cjarsons

fatti in casa. Altre specialità sono il frico: patate, cipolla e tre tipi di formaggio (mezzano, vecchio e stagionato), il gulasch all'ungherese (con paprica) e i chineglis, ovvero deliziose polpettine di pane e carne suina (guancia, midollo, sottogola, musetto). Il mercoledì e venerdì spazio al pesce (anche per asporto).

Le leccornie calabresi prevedono invece soppessata, capicollo, salsiccia

speziata con finocchio e peperoncino (ideale per i fustilli al forno), nduja (salsa piccante), arancini, panzerotti, rosa marina (o caviale di Calabria): minuscoli pesciolini argentei con olio e peperoncino...

Nella trattoria possono trovare posto a sessantina di commensali ai quali, in questo mese di marzo, si possono consigliare - come antipasti - tutti i formaggi, gli insaccati e i salumi carnici (il lardo è a dir poco delizioso) o il carpaccio di Merlin (specie di pesce-spada) alla rucola.

Tra i primi, i risotti (materia prima da Casale Monferrato: varietà Venere, Corallo, Frangens) con carne e pesce; le paste di Gragnano o quelle caserecce, come la pasta china (ripiena), ovvero lasagne e uovo. Tra i secondi, il carnicissimo vigjel scjampât (patate lesse saltate in "tecia" con sottogola di maiale), brovada e muset, baccalà alla vicentina, calamari fritti... Gravedoli pure i dolci fatti in

casa, tra i quali da consigliare - oltre ai classici mousse, torte varie e strudel - le specialità calabresi: le zepole e i turdidi (impasto di uovo, farina, vino Moscato e olio, fritto e passato in miele di fichi o in cioccolato).

La cantina è seguita da Federico (soltanto etichette friulane, proposte a tavola anche a bicchiere; calibrato il rapporto qualità prezzo). Il mescita al banco i vini di Ermacora: Tocai, Merlot, Cabernet. In sala, con la signora Melissa, collabora Stefania Rabber. In cucina, una chef carnica, Giacomina Tomat, aiutata dalla mamma di Melissa, la consentina Emma Reda.

Il prezzo medio (bevande incluse) s'aggira sui 20 euro. Per le cene e per le specialità, meglio prenotare. Il locale non accetta le carte di credito.

L'Ostria Da Artico si trova a Udine, al numero 58/A di via Poscolle. Telefono e fax: 0432-507947. Chiuso la domenica.

CAMERA DI COMMERCIO

L'Azienda speciale ambiente punta a diventare ente certificatore di prodotti

Ve lo diamo noi il bollino

In futuro verranno attestate anche le filiere e i sistemi di gestione ambientale

di Raffaella Mestroni

Da ente accreditato per le prove di laboratorio, a ente certificatore. E' uno degli obiettivi che l'Azienda speciale ambiente (Asa) della Camera di commercio di Udine, presieduta da Roberto Rigonat, ha inserito nel piano di lavoro per il 2006 che, oltre al potenziamento della divisione "ambiente" prevede, appunto, il conseguimento del marchio Sincert (Sistema Nazionale per l'Accreditamento degli Organismi di Certificazione e Ispezione). Il riconoscimento consentirà all'azienda di emettere i "certificati di prodotto, speciali attestati che documentano la conformità degli alimenti a rigorosi disciplinari di qualità. In futuro, la sfera operativa dell'Asa potrà arricchirsi ulteriormente: oltre al "prodotto" (che rimane l'obiettivo più a portata di mano) l'azienda potrà certificare le "filieri" e i sistemi di gestione ambientale". Il "bollino" dell'Azienda speciale, a questo punto, rappresenterà per i consumatori un'ulteriore garanzia della bontà dei prodotti e per le imprese una marcia in più, grazie alla quale potranno risultare più competitive sul mercato.

Specializzata nell'ambito delle analisi microbiologiche legate al comparto agroalimentare (nel 2005 il laboratorio ha effettuato complessivamente 6 mila test per verificare l'adeguatezza degli strumenti utilizzati nel processo lavorativo, la conformità delle materie prime e ausiliarie oltre a quella dei prodotti finiti, alimenti, bevande, bottiglie



Nel 2005 l'Asa ha effettuato 6 mila test nel campo agroalimentare. Sopra: il neo direttore Flaviano Collavini

destinate all'export e vini contrassegnati dalla denominazione d'origine controllata), la struttura garantisce un adeguato supporto tecnico-scientifico, giuridico e amministrativo agli enti pubblici e alle imprese, per aiutarle a districarsi con la complessa legislazione che norma il settore ambientale.

Qualche esempio? "Le amministrazioni comunali - cita il neodirettore Flaviano Collavini - possono richiedere l'intervento dell'Asa per la corretta elaborazione del piano di zonizzazione acustica oppure per il monitoraggio dell'inquinamento elettromagnetico, per l'analisi delle acque di falda (proprio recentemente l'azienda ha terminato un'azione di controllo delle acque per il Comune di Talmassons), per i controlli di qualità delle attività di ristorazione con particolare riferimento alle mense scolastiche".

"Le imprese, invece - prosegue Collavini - possono contare sull'Azienda speciale ambiente per l'esecuzione degli autocontrolli relativi alle emissioni in atmosfera (cementifici e acciaierie dove è più alta la produzione di polveri) e per la gestione delle acque reflue. Particolarmente qualificata la consulenza offerta dallo "Sportello ambiente" per la compilazione del "Mud", il modulo relativo allo smaltimento dei rifiuti speciali".

Per garantire un pacchetto di servizi così ampio, in occasione del passaggio da Laboratorio merceologico ad Azienda speciale (decollata ufficialmente dal primo gennaio di quest'anno), è stata rafforzata la strumentazione analitica del laboratorio di analisi, collocata all'interno della sede storica del centro. L'azienda, infatti, in attesa del definitivo trasferimento nel Parco scientifico e tecnolo-

gico di Udine, attualmente opera a Pradamano, in via Nazionale 33.

"Oltre all'arricchimento della strumentazione - sottolinea il direttore Collavini - è stato potenziato anche l'organico dell'Asa, che oggi può contare su tredici esperti ai quali si affianca la qualificata consulenza di due tecnici di provata esperienza: Renzo Mattioni, che mi affianca come vicedirettore ed Enrico Tallandini, esperto di legislazione ambientale. L'Asa, inoltre, ha attivato una partnership con l'Assindustria di Udine e stipulato una convenzione con l'Ateneo udinese, attraverso la quale sviluppare sinergie e condividere progetti. L'obiettivo dell'Asa è, infatti, quello di offrire alle imprese e agli enti pubblici un servizio a trecentosessanta gradi grazie alla rete di consulenti e al network nazionale dei laboratori delle Camere di Commercio".

Le nuove visure del registro delle imprese

Dal 1° marzo 2006 sono operative le nuove modalità di consultazione del Registro delle Imprese.

In occasione del decennale del Registro delle Imprese la ricerca delle notizie inerenti le imprese si è rinnovata ed è divenuta mirata.

Le informazioni offerte dal nuovo sistema di interrogazione del Registro delle Imprese sono più leggibili e strutturate anche per blocchi informativi.

Oltre infatti alle tradizionali visure ordinarie e storiche, le visure possono essere rilasciate per singole informazioni a seconda pertanto della richiesta dell'utente.

Ad ogni blocco informativo corrisponde infatti una informazione specifica riferita ad esempio all'indirizzo della sede e delle unità locali, ai nominativi degli amministratori, alla attività svolta, con costi ridotti e diversificati.

E' disponibile anche un nuovo tipo di documento, il Fascicolo completo dell'impresa, che oltre a fornire tutte le informazioni presenti negli archivi, contiene la copia degli atti depositati quali lo statuto, i patti sociali, l'ultimo bilancio d'esercizio.

Insomma documenti più semplici e di più facile lettura ed utilizzo grazie proprio alla scomposizione della classica visura.

Nulla è innovato per i certificati che invece continuano ad essere rilasciati nei tradizionali formati.

A fronte di tali nuovi ri-

lasci è operativo il nuovo tariffario dei diritti di segreteria che prevede importi diversificati a seconda del tipo di informazioni richieste, dei soggetti cui si riferiscono (società di capitali, società di persone e imprese individuali) e a seconda delle modalità di rilascio (telematico, allo sportello o da terminale remoto) con evidenti risparmi per i rilasci telematici per quelli cioè effettuati dagli utenti titolari di apposita convenzione con il sistema informativo delle Camere di Commercio.

Sempre in tema di costi sono state introdotte novità per rilascio copie atti e bilanci da archivio ottico ed è stato introdotto il diritto di segreteria per le ricerche anagrafiche, non seguite da richieste di certificati/visure o altro documento.

Nulla è variato per i diritti dovuti per le domande/denunce e per i certificati.

Giova comunque ricordare che è esente dal pagamento del diritto di segreteria l'estrazione effettuata per via telematica di visure, modelli di dichiarazione sostitutiva, copie bilanci e di atti relativi all'impresa di cui il titolare della CNS - Carta Nazionale dei Servizi -, utilizzata per l'interrogazione telematica, è un legale rappresentante.

Il nuovo tariffario è consultabile sul sito della camera di commercio di Udine all'indirizzo www.ud.camcom.it/registro-imprese/servizi-modulistica/costi.

SELL OR BUY

Proposte di collaborazione pervenute all'Euro Info Centre IT388 Relay di Udine direttamente da aziende estere oppure attraverso le reti ufficiali create dalla Commissione Europea, dalla banca dati "BCD - Business Cooperation Database" della DG Imprese e Industria, dallo Sportello per l'Internazionalizzazione e da altre Istituzioni per promuovere la cooperazione transnazionale tra le piccole e medie imprese.

AGROALIMENTARE

POLONIA - SURGELATI

Azienda polacca produttrice di surgelati, nonché fornitrice di servizi di stoccaggio e congelamento è interessata a cooperazioni commerciali e joint venture. (Rif. 2006.03.01, BCD 200508818)

EDILIZIA

POLONIA - MATERIALI EDILI
Grossista polacco di materiali edili è interessato a collaborazioni commerciali, tecniche e joint venture.

(Rif. 2006.03.02, BCD 200508913)

LEGNO/ARREDO

GRECIA - MOBILI

Azienda greca ricerca produttori di mobili d'ingresso, tavolini domestici per televisori ecc. (Rif. 2006.03.03)

MECCANICA

GRECIA - IMPIANTI
RICICLAGGIO PNEUMATICI
Impresa greca operante nel settore trattamento gomma naturale o sintetica cerca im-

pianti completi per il riciclaggio di pneumatici. (Rif. 2006.03.04)

SPAGNA - CILINDRI IDRAULICI E PNEUMATICI

Azienda spagnola specializzata nel design e nella lavorazione di cilindri idraulici e pneumatici è interessata a collaborazioni e subappalti. (Rif. 2006.03.05, BCD 200508856)

VARIO

BELGIO - SERVIZI

Società di consulenza belga su progetti europei e ambientali offre i propri servizi per cooperazioni tecniche e commerciali. (Rif. 2006.03.06 BCD 200507401)

GIORDANIA - COSMETICI

Azienda giordana specializzata nella fornitura di pro-

dotti per la cura del corpo, in particolare fanghi e sali da bagno, è interessata a stabilire contatti commerciali. (Rif. 2006.03.07 BCD 200507085)

POLONIA - IMBALLAGGIO

Azienda polacca produttrice di fogli per l'imballaggio e per altri usi è interessata ad accordi commerciali, joint venture (Rif. 2006.03.08 BCD 200301795)

(La Camera di Commercio di Udine non si assume alcuna responsabilità per le informazioni incomplete e/o inesatte contenute nel presente documento, né sull'affidabilità delle aziende inserzioniste).



EUROAPPALTI

Selezione di gare d'appalto aperte a tutte le piccole e medie imprese dell'Unione Europea pubblicate nell'apposito spazio della Gazzetta Ufficiale UE serie S.

REGNO UNITO - LONDRA

MACCHINARI PER IMPIEGHI SPECIALI E LORO PARTI

Bando di gara per forniture macchinari per impieghi speciali e loro parti. Termine per il ricevimento delle offerte: 01.05.2006, ore 12.00. Lingua o lingue: inglese.

GERMANIA

- HEIDELBERG

ARREDI ED ATTREZZATURE VARIE
Bando di gara per forniture arredi e attrezzature varie.



Termine per il ricevimento delle offerte: 02.05.2006, ore 10.00. Lingua o lingue: tedesco.

GRECIA - SALONICCO

LENTI CORRETRICI

Bando di gara per forniture lenti correttrici. Termine per il ricevimento delle offerte: 04.05.2006, ore 14.30. Lingua o lingue: greco.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Un progetto consentirà di rafforzare la conoscenza economica della Slovenia

Il confine che non esiste

Tra le iniziative previste ben 36 seminari e una intera giornata di incontri bilaterali



Si chiama “@C3IS – e-nnovatie Chambers Crossborder Cooperation Between Italy and Slovenia” LINEA A “Animazione economica” ed è il progetto gestito dall’Azienda speciale Promozione della Camera di Commercio di Udine volto allo sviluppo di nuovi rapporti tecnico-industriali e commerciali con la vicina Slovenia. La motivazione che ha portato alla realizzazione del progetto è stato il permanere della necessità, nonostante la Programmazione Interreg Italia-Slovenia abbia ormai una lunga sperimentazione e attuazione, di rafforzare la reciproca conoscenza dei sistemi di sviluppo economico locale adottati nell’area di confine.

L’iniziativa comunitaria INTERREG III A, finanziata dal Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale, ha infatti lo scopo di incentivare la cooperazione transfrontaliera tra le regioni di confine, per evitare che i confini nazionali possano ostacolare lo sviluppo equilibrato e l’integrazione del territorio europeo. INTERREG IIIA Italia-Slovenia 2000/2006 coinvolge in particolare la Regione del Veneto, la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia e la Repubblica di Slovenia.

Tale Stato è entrato far parte dell’Unione Europea il 1° maggio 2004. L’integrazione di questa nazione nel Mercato Unico porterà una serie di nuove opportunità di sviluppo congiunto nella zona. Questo è quindi l’obiettivo che si prefigge il programma operativo: la creazione di un sistema socio-economico in-



tegrato dove il confine sia percepito come un’opportunità di crescita anziché come un limite.

Nel considerare l’importanza che il mercato sloveno riveste per un grande numero di aziende della Regione Friuli Venezia Giulia, il nuovo progetto gestito dall’Azienda Speciale Promozione della Camera di Commercio di Udine rappresenta pertanto una cerniera di collegamento con la Slovenia, volto allo sviluppo di nuovi rapporti tecnico-industriali e commerciali.

La formulazione delle attività di animazione economica ha tenuto conto dei bisogni delle pmi che operano o intendono operare in Slovenia e all’estero, di affiancare le stesse nel processo di internazionalizzazione e di far conoscere le diverse politiche di sostegno allo sviluppo. Tale scelta, programmata per il periodo Aprile – Novembre 2006, si baserà sulle se-

guenti iniziative: 12 info days o giornate informative sulle strategie commerciali volte allo sviluppo dei mercati nazionali e internazionali da organizzare a Manzano, Udine e Tolmezzo per un totale di n. 36 seminari. Questi info days avranno modo di illustrare anche le tematiche: *Fondi strutturali, Contrattualistica internazionale e Pagamenti Internazionali*. (La realizzazione degli stessi è prevista nel periodo Aprile – Settembre 2006); stesura e diffusione di n. 3 Vademecum brevi sulle tematiche *Fondi strutturali, Contrattualistica internazionale e Pagamenti internazionali*; assistenza da parte di consulenti-esperti su appuntamento (tutte le aziende interessate ad intraprendere dei rapporti di collaborazione tecnico-industriale e/o commerciale con la Slovenia ed altri mercati internazionali, potranno essere assistite nella fase precompetitiva

da parte di consulenti esperti, messi a disposizione dal Progetto. Questo servizio diventerà operativo da Aprile 2006 e si concluderà a Novembre 2006); una giornata di incontri bilaterali tra le imprese multisettoriali della Regione Friuli Venezia Giulia e della Slovenia. Il workshop sarà organizzato a Udine nella seconda metà di Novembre 2006.

In questi giorni sarà disponibile presso l’Azienda Speciale Promozione - Ufficio Servizi per l’Internazionalizzazione, l’agenda con le date esatte delle attività di animazione economica. Tutte le attività ed i servizi collegati sono gratuiti.

Per ulteriori informazioni rivolgersi all’Azienda Speciale Promozione della Camera di Commercio di Udine – Ufficio Servizi per l’internazionalizzazione – tel. 0432 273843 -516 oppure sul sito www.ud.camcom.it.

KOSOVO

Sì alla partnership

«Il sistema industriale friulano, imperniato sull’attività manifatturiera sorretta da piccole imprese, ha i tratti caratteristici per crescere e internazionalizzarsi utilizzando le opportunità offerte dal Kosovo». E ancora: «Il Kosovo, con una popolazione di 2 milioni di abitanti e un tessuto produttivo parcellizzato, evidenzia somiglianze con il Friuli Venezia Giulia, pertanto la collaborazione tra aziende può essere avviata su basi di reciproco interesse. Nessun invito alle delocalizzazioni, che hanno dato scarsi risultati e stanno provocando parecchie “ritirate”; si invece a processi di partnership».

Questi i concetti espressi dall’assessore regionale alle Attività produttive Enrico Bertossi e dal presidente della Camera di commercio di Udine Adalberto Valduga, in apertura del convegno su “Nuove opportunità nel Sud-Est Europa”, nel corso del quale è stato presentato il “Progetto di sostegno a nuove Pmi dinamiche in Kosovo”, finanziato dalla nostra Regione e realizzato da Informest con la finalità di organizzare, il 3-4-5 aprile, una missione economica a Pristina.

In Kosovo il Pil sfiora i 2 miliardi di euro e le importazioni rappresentano il 94% della bilancia commerciale. Sono attive 44 mila imprese private. Il sistema fiscale è favorevole alle aziende orientate agli in-

vestimenti: l’Iva si attesta al 15%, l’imposta sul reddito d’impresa al 2%, quella sulle persone fisiche varia da zero al 20%. La tariffa doganale sulle importazioni è del 10%. Il mercato del lavoro è molto flessibile, con salari medi mensili pari a 220 euro. I settori merceologici di maggior interesse concernono i prodotti lattiero-caseari, l’agroalimentare, le costruzioni e i manufatti per l’edilizia, il legno e i mobili, l’artigianato tessile e i materiali estrattivi.

Informest ha selezionato 35 aziende kosovare da presentare agli imprenditori del Friuli Venezia Giulia. Si tratta di imprese in possesso dei requisiti di affidabilità e di dinamismo. Una delle caratteristiche degli imprenditori kosovari è di essere titolari di aziende multisettoriali: ciò dipende dalla numerosità dei nuclei familiari, che li induce a destinare a ciascun familiare uno dei vari rami d’azienda.

Le riflessioni finali dell’incontro sono quindi state tratte dall’assessore regionale per le Relazioni internazionali Franco Iacop, che ha evidenziato il ruolo strategico della nostra Regione per lo sviluppo di rapporti di cooperazione con i Paesi dell’Est Europa, auspicando che le opportunità fornite dal Kosovo, vengano colte dagli imprenditori del Friuli Venezia Giulia, a loro volta alla ricerca di nuovi mercati.

Ra.Me

TURCHIA

Un ponte per l’Europa

È stato avviato dalla Cciaa di Trieste con la collaborazione degli Enti camerali di Udine, Gorizia e Pordenone, il Progetto congiunto “Friuli Venezia Giulia - Turchia: un ponte per l’Europa” con lo scopo di sviluppare e rafforzare la collaborazione economica fra le due aree. Attraverso azioni di informazione, di promozione dell’immagine del Friuli Venezia Giulia, di assistenza alle imprese, le attività previste intendono favorire il processo di internazionalizzazione delle imprese regionali verso il mercato turco, estremamente dinamico e altamente strategico. Al ter-

mine delle azioni di sensibilizzazione è prevista una missione imprenditoriale regionale nel mese di settembre in Turchia, con l’organizzazione di visite aziendali e incontri personalizzati con partner turchi interessati. La partecipazione delle aziende udinesi è coordinata dall’Azienda Speciale Promozione della Camera di Commercio di Udine. In questi giorni si è svolto a Trieste il convegno “Turchia: un’opportunità economica per le imprese regionali”. A questo seguiranno seminari tecnici nel settore del legno – arredo, ambiente e meccanica (Aprile - Maggio 2006).

SERBIA

Una porta verso l’est

Il Progetto “Serbia, una porta verso l’Est” è frutto della collaborazione tra il sistema camerale della Serbia e Montenegro e le Cciaa del Friuli Venezia Giulia, quest’ultime su coordinamento della Cciaa di Pordenone, e prevede una serie di attività. Il primo appuntamento è fissato a Pordenone per il 5 aprile presso l’Ente Fiera di Pordenone dove arriverà una delegazione di operatori serbi dei settori legno-arredo e meccanica. Nella mattinata sarà organizzato un Seminario “Serbia, quali opportunità nei settori legno-arredo e meccanica”. A seguito del seminario si ter-

ranno gli incontri bilaterali. La delegazione serba visiterà nelle giornate del 6 e 7 le realtà imprenditoriali di Udine e Trieste.

La seconda iniziativa prevede una visita guidata alla Fiera Internazionale dell’edilizia di Belgrado (4 – 6 maggio 2006) abbinata ad una giornata di incontri tecnici individuali.

La partecipazione delle aziende udinesi è coordinata dall’Azienda Speciale Promozione della Camera di Commercio di Udine (Ufficio Internazionalizzazione tel. 0432 273843 -273516, fax 0432 503919, e-mail: eicit388@ud.camcom.it oppure consultando il sito www.ud.camcom.it).

CINA

Progetto di incoming

Con il “Progetto Cina” continua l’impegno della Cciaa di Udine, grazie alla collaborazione con la Camera di Commercio di Pordenone e gli altri enti camerali regionali nonché gli Uffici Ice, per la promozione dei settori produttivi regionali verso significative realtà imprenditoriali e istituzionali cinesi.

Nel mese di maggio è programmata la visita in regione di un gruppo di operatori cinesi operanti nel settore del legno – arredo e della meccanica.

I profili degli interlocutori cinesi che verranno individuati grazie al supporto degli uffici Ice lo-

cali, saranno prettamente tecnici: per il settore del legno-arredo l’invito sarà diretto ad importatori/distributori, responsabili di show room per le aree di Pechino e di Shanghai. Invece, per il settore della meccanica, si punterà su produttori, trading company oppure società di import/export. Le aree d’interesse saranno individuate in base anche in base agli input forniti dalle aziende locali. L’ufficio “Internazionalizzazione” della Cciaa di Udine (tel. 0432/273295; e-mail cina.info@ud.camcom.it) è a disposizione per fornire ulteriori informazioni e accogliere manifestazioni d’interesse.

CAMERA DI COMMERCIO

Presentato a Corno di Rosazzo il programma formativo per il rilancio della sedia

Il distretto si aggiorna

Previsti 69 corsi e seminari su ricerca, marketing e riorganizzazione aziendale

di Raffaella Mestroni

Riorganizzazione aziendale, riqualificazione delle risorse umane, investimento in innovazione e ricerca, marketing e potenziamento della rete commerciale. Sono gli elementi sui quali lavorare per il rilancio del distretto della sedia. Un ruolo di fondamentale importanza, in questo contesto, lo svolgerà l'Azienda speciale Ricerca e Formazione, la struttura della Camera di Commercio di Udine che oltre a organizzare corsi di formazione e aggiornamento in proprio, fornisce supporto e consulenza alle imprese in questo settore. Dopo una accurata analisi della situazione attuale, sviluppata attraverso la somministrazione di un questionario a un campione selezionato di imprese del distretto, l'Azienda ha individuato i principali ambiti di intervento per recuperare il gap tra il "sapere" di cui le aziende dispongono e le reali necessità di conoscenza indispensabili per accrescere la loro competitività.

Grazie alla sinergia tra l'ente formativo camerale e i numerosi partner (Enaip Fvg, Agenzia di distretto, Promosedia, Assindustria, Associazione delle Piccole e Medie Imprese, Confartigianato), è stato quindi predisposto un intenso programma formativo (69 corsi e seminari) rivolto a chi opera nel settore della sedia, sia all'interno del distretto, sia all'esterno.

Il progetto è nato dalla convinzione che solo l'at-



Successo di pubblico alla presentazione dei corsi

tivazione congiunta del cambiamento organizzativo aziendale, della qualificazione del capitale umano e dell'investimento in innovazione tecnologica sono in grado di generare un impulso alla crescita delle imprese.

Il piano formativo ha avuto un'anteprima il 22 febbraio con il seminario "Il prodotto sedia, come venderlo?"; in questa occasione il trainer Marco Macorigh, della Tradinvest di Londra, ha tenuto una lezione sul tema: "Il prodotto sedia: come venderlo?". "Bando alla vendita tradizionale, bisogna pensare al marketing innovativo. - E detto Macorigh - E allora le sedie portiamole nei ristoranti esteri più famosi, sottoscriviamo accordi con i ristoratori per cui, in cambio della fornitura, illustrino il prodotto su cui siede il loro cliente utilizzando

una facciata del menù, stimoliamoli a diventare venditori per conto nostro, magari assicurando loro una percentuale sulle vendite". Ma per fare questo serve una strategia condivisa da tutta l'azienda. Indispensabile, dunque, lavorare sulle risorse umane, a cominciare dall'imprenditore "che deve imparare - ha precisato - a relazionarsi con i suoi dipendenti, dimostrando loro che nel prodotto, ci crede lui per primo".

Molto affollata anche la presentazione ufficiale del programma formativo all'Abbazia di Corno di Rosazzo che è stata anche l'occasione per sensibilizzare gli imprenditori sul ruolo strategico che la formazione riveste per il successo dell'azienda. Commercializzazione, internazionalizzazione, gestione strategica, economica e finanziaria, inno-

vazione, sviluppo delle risorse umane e aggregazione d'impresa i principali ambiti presi in considerazione dal progetto che è stato illustrato dal presidente dell'Azienda Giovanni Da Pozzo.

Oltre all'assessore regionale alla formazione Roberto Cosolini e al presidente della Cciao di Udine Adalberto Valduga, alla presentazione hanno partecipato anche Adriano Luci, vice presidente vicario di Assindustria, Carlo Faleschini presidente di Confartigianato, Paolo Perini direttore dell'Api, Danilo Farinelli direttore dell'Enaip e Franco Buttazzoni, presidente di Promosedia.

I cataloghi dei corsi, che sono finanziati al 70 % dal Fondo Sociale Europeo e dalla Regione Fvg, possono essere richiesti all'Azienda speciale forma-

LA SCOMMESSA

Il Catas parla russo

Destinazione Kaliningrad. Punta a insediarsi anche nell'ex Unione Sovietica, il Catas di San Giovanni al Natisone, l'istituto di ricerca, ente di riferimento a livello nazionale e internazionale nelle prove di laboratorio per il settore legno-arredo. Situata tra la Polonia e la Lituania, Kaliningrad è l'area dove la Regione Friuli Venezia Giulia e Informest hanno avviato un progetto di "assistenza tecnica" sviluppato sulla base di un protocollo d'intesa che verrà sottoscritto dai due governi regionali. L'iniziativa si affianca a un ulteriore progetto che riguarda il distretto industriale di Perm, dove già operano alcune imprese friulane. A Perm, la Cciao parteciperà alla fiera della meccanica dal 4 al 7 aprile.

Il programma riguardante Kaliningrad, è finalizzato a formare e far crescere le risorse umane locali attraverso il trasferimento di competenze e modelli operativi derivanti dall'esperienza italiana dei distretti e dall'attività degli enti di formazione professionale (una tranche del progetto che coinvolge l'Enaip Fvg, lo Ial e gli istituti professionali di San Giovanni al Natisone e Brugnera, punta ad affiancare gli istituti scolastici della regione baltica nella formazione dei docenti e nell'identificazione di percorsi didattici orientati anche alla preparazione di periti del legno)

ma soprattutto a favorire il processo di internazionalizzazione delle imprese del Friuli operative nel settore del legno-arredo.

Kaliningrad potrebbe infatti trasformarsi in una corsia d'accesso "preferenziale" per gli imprenditori friulani intenzionati ad espandere la loro sfera d'azione nell'ex Unione Sovietica. Le imprese regionali potrebbero così sfruttare i vantaggi fiscali e doganali. La presenza in loco di una struttura analoga al Catas in grado di supportare gli imprenditori con il sistema delle prove e dei controlli e con il rilascio delle certificazioni, potrebbe rappresentare un ulteriore elemento di attrazione per l'ingresso di capitali stranieri, friulani in primis.

La collocazione di un "presidio" in terra russa, consentirebbe a sua volta al Catas di rafforzare ulteriormente i buoni rapporti che la società ha instaurato con alcuni laboratori di analisi dell'ex Unione Sovietica, partnership che si sono consolidate nel corso della recente visita in Friuli Venezia Giulia di un gruppo di funzionari russi. Dagli incontri è infatti partita una nuova concreta collaborazione: il Catas è stato incaricato di gestire corsi di aggiornamento per il personale del Centro di San Pietroburgo e di fornire macchinari che andranno a completare la dotazione della struttura russa.

Ra.Me



Ricerca & Formazione

Camera di Commercio - Azienda Speciale Ricerca & Formazione.

GLI SPECIALISTI DELLA FORMAZIONE

L'Azienda Speciale Ricerca & Formazione della Camera di Commercio di Udine progetta ed organizza corsi di formazione, specializzazione ed aggiornamento per diverse figure professionali, in corrispondenza alle esigenze manifestate dalle imprese attraverso le Associazioni di Categoria. Supporta le imprese per quanto riguarda i bisogni di formazione delle risorse umane e promuove la nascita di nuove realtà imprenditoriali favorendo la diffusione di una cultura imprenditoriale.

È accreditata secondo il Dpr. 207/pres/2002 da parte dell'Amministrazione Regionale, che l'abilità ad operare, con il sostegno di fondi comunitari, nei settori della Formazione superiore e della formazione continua per adulti. Ha infine ottenuto la certificazione di qualità ISO 9001:2000 (certificata BVQI).

I corsi, sono inseriti nel Catalogo Regionale della Formazione Permanente, sono destinati a Cittadini comunitari in età compresa tra i 18 anni compiuti ed i 65 anni non compiuti al momento dell'iscrizione, residenti sul territorio regionale o in esso domiciliati per motivi di lavoro o studio certificati ed a cittadini extracomunitari, richiedenti asilo e/o rifugiati in regola con le norme che disciplinano la permanenza sul territorio regionale. Quota di iscrizione: Euro 2,00 ora. Sono esclusi dall'obbligo di versamento della quota di iscrizione i soggetti il cui ultimo reddito complessivo non sia superiore a euro 20.000,00.

A CHI RIVOLGERSI

Azienda Speciale Ricerca & Formazione
v.le Palmanova 1/3. Tel. 0432 526333, fax 0432 624253
e-mail ricercaformazione@ud.camcom.it, sito www.ud.camcom.it

AREA INFORMATICA

- Informatica di base
- Office Automation Base
- Office Automation Avanzato
- ECCL - Preparazione ai livelli 1, 2, 3, 7
- ECCL - Preparazione ai livelli 4, 5, 6
- ECCL - Preparazione ai livelli 1 - 7
- Tecniche di amministrazione di rete - 1
- Tecniche di amministrazione di rete - 2

AREA LINGUISTICA

- Lingua Inglese - Livello Base A1
- Lingua Inglese - Livello Base A2
- Lingua Inglese - Livello Autonomo B1
- Lingua Inglese - Livello Autonomo B2
- Lingua Inglese - Livello Padronanza C1
- Lingua Tedesca - Livello Base A1
- Lingua Tedesca - Livello Base A2
- Lingua Tedesca - Livello Autonomo B1

AREA GESTIONE AZIENDALE

- La logistica degli acquisti
- La contabilità in azienda
- Controllo di gestione e lettura di bilancio
- Gestione risorse umane
- La comunicazione professionale
- Gestione amministrativa del personale e buste paga
- Il marketing per la PMI
- Marketing internazionale per la PMI
- Marketing per il punto vendita
- L'impresa e il fisco
- Pianificazione del Business Plan
- Sistemi di gestione aziendale integrati

IL PREMIO DI UNIONCAMERE

Giovani Archimede

Scade dopodomani il termine per poter aderire alla III edizione del premio "Giovane impresa innovativa", rivolto alle imprese italiane nate negli ultimi 5 anni che si sono distinte nella valorizzazione economica di innovazioni e invenzioni. Il primo premio conferito consisterà in una borsa di studio triennale del valore complessivo (al lordo delle ritenute di legge) di 48.000 euro volte a finanziare un progetto di ricerca e sviluppo in collaborazione con una Università o un ente pubblico di ricerca, incentrato sui bisogni tecnologici e di innovazione di specifico interesse del-

l'impresa vincitrice. Alle prime cinque imprese classificate sarà conferito da Unioncamere un premio simbolico di eccellenza professionale, cui verrà data ampia pubblicità. L'adesione al premio è gratuita e le imprese sono invitate a presentare la scheda di adesione e la scheda descrittiva delle aziende svolte, redatte conformemente ai moduli allegati al bando, sia a Unioncamere, sia alla Camera di Commercio della provincia di appartenenza entro il 30 marzo. L'esito del premio sarà proclamato a primavera 2006. Per informazioni: centrostudi@unioncamere.it.

INDUSTRIA

L'indagine congiunturale dell'Api evidenzia un trend in crescita per le imprese

Piccole industrie crescono

Cassa integrazione con il contagocce. Prospettive buone per il settore meccanico e grafico



Trend in crescita per la piccola e media industria della Provincia di Udine. E' quanto risulta dalla periodica indagine congiunturale del secondo semestre effettuata dall'Api di Udine.

Il campione dell'indagine comprende 220 imprese del settore manifatturiero con sede nel territorio provinciale, suddivise per categoria merceologica. Il mercato ha registrato, nel complesso, un andamento in crescita per le variabili produzione, ordini e fatturato. In particolare, i settori alimentare, chimico-gomma-plastica, meccanico-elettromeccanico, hanno registrato una fase di crescita, ma anche le aspettative sono buone. Infatti, il comparto industriale dà segnali di tenuta e le previsioni sono di stabilità con tendenza alla crescita, con prospettive più che buone per i settori meccanica e grafico-editoriale-cartario. Un segnale positivo giunge anche dall'andamento degli investimenti. Il 47% del campione intervistato ha fatto investimenti: il 49% ha acquisito impianti, macchinari e attrezzature e il 14% immobili, con prevalente finalità di ampliamento. Le imprese hanno investito anche in Ricerca & Sviluppo (ben l'11%), in formazione (ben il 24%), in comunicazione (ben il 26%) e in organizzazione (ben il 15%).

Altri indicatori sono il ricorso alla cassa integrazione ordinaria (il 90% delle imprese intervistate dichiara di non averne fatto ricorso), e il ricorso a ore di lavoro straordinario che è aumentato per il 13% del campione. Rispetto al

TABELLA DI SINTESI GLOBALE E SETTORIALE ANDAMENTO DEL II° SEMESTRE 2005 E DELLE PREVISIONI PER IL I° SEMESTRE 2006		
SETTORI	ANDAMENTO	PREVISIONI
GLOBALE	CRESCITA Il mercato nel complesso registra un andamento in crescita per le variabili produzione, ordini e fatturato.	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA Il comparto industriale dà segnali di tenuta e le previsioni sono di stabilità con tendenza alla crescita. Più che buone sono le prospettive per i settori Meccanica e Grafico-Editoriale-Cartario.
ALIMENTARE	CRESCITA Il semestre è stato caratterizzato da una forte crescita.	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA Ci si attende stabilità con possibilità di incrementi di intermini di produzione, ordini e fatturato.
CHIMICO-GOMMA-PLASTICA	CRESCITA Il comparto ha registrato crescita.	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA Ci si attende stabilità con possibilità di incrementi di intermini di produzione, ordini e fatturato.
EDILE-LAPIDEO-MANUFATTI IN CEMENTO	CRESCITA MODERATA Si è registrata una fase di crescita moderata in linea con le previsioni di ripresa del semestre precedente.	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA Si pensa di riuscire a mantenere gli attuali volumi in termini di produzione, ordini e fatturato, segnalando che ci sono spazi anche per una possibile crescita degli stessi.
GRAFICO-EDITORIALE CARTARIO	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA Si registra un andamento stabile con una tendenza alla crescita, in controtendenza rispetto all'andamento del semestre precedente.	CRESCITA Si spera in un incremento delle quote di produzione, ordini e fatturato.
LEGNO-ARREDAMENTO	STABILE CON TENDENZA ALLA DIMINUIZIONE Si registra una stabilità con fasi di calo, confermando l'andamento del 1° semestre 2005.	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA La maggior parte delle imprese si aspetta un miglioramento.
MECCANICO-ELETTROMECCANICO	CRESCITA Il comparto continua nel suo trend di crescita.	ESPANSIONE E' attesa una nuova ed ulteriore espansione.
SERVIZI ALLE IMPRESE	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA Il settore è migliorato rispetto all'andamento del semestre precedente: si registra stabilità con tendenza alla crescita.	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA Le aspettative sono ottimistiche, per una stabilità, con probabile crescita.
TESSILE-ABBIGLIAMENTO-PELLI-SCARPE	STABILITA' CON TENDENZA ALLA DIMINUIZIONE Il settore conferma l'andamento del precedente semestre: i risultati sono in generale stabili con una diminuzione degli ordini totali.	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA. Si prevede stabilità, con la speranza di aumentare i livelli di produzione, ordini e fatturato.
TRASPORTI-LOGISTICA	STABILITA' Il settore si conferma con un andamento stabile.	STABILITA' CON TENDENZA ALLA CRESCITA Si prevede di mantenere e, se possibile, incrementare le quote di mercato.

30/06/2005, vi è poi stato un incremento totale del numero dei dipendenti in forza pari all'1%. Sul totale di 4.036 unità lavorative, l'87% è assunta con contratto a tempo indeterminato. Esaminando le figure contrattuali relative ad apprendisti, formazione lavoro, part-time e a termine risulta che su 964 unità lavorative il 18% è rappresentato da apprendisti,

il 3% da contratti di formazione, il 50% dal part-time e il 29% dai contratti a termine. Il campione intervistato, in caso di incremento della forza lavoro occupata, propenderà per il 43% per le forme contrattuali a tempo determinato; per il 30% per le forme contrattuali a tempo indeterminato; per il 9% per i lavori a progetto; per l'11% per l'apprendistato; per

l'1% per il lavoro occasionale accessorio.

Analizzando il campione da un punto di vista complessivo il 44% delle imprese dichiara che il volume del fatturato si è mantenuto stabile rispetto al precedente semestre, mentre il 46% dichiara che sono rimasti invariati anche gli ordinativi. I costi d'acquisto sono aumentati per circa il 44%

IL COMMENTO DI PANICCIA

"Uno spiraglio di speranza"

"È un quadro che fa ben sperare per il 2006 anche di fronte a uno scenario politico-economico di grande incertezza". E' questo il commento di Massimo Paniccia, presidente dell'Associazione Piccole e Medie Industrie di Udine, alla lettura dei dati dell'indagine congiunturale. "Da tempo sostengo che la globalizzazione e il confronto con i paesi emergenti hanno evidenziato gli elementi che hanno causato la bassa crescita della nostra economia. Occorre quindi attivare una legislazione che sostenga lo sviluppo, riducendo la pressione fiscale, valorizzare il capitale umano e tutti quegli elementi che hanno influenza sui costi di produzione, sui prezzi di vendita, sulla qualità dei prodotti e vanno a determinare la capacità delle nostre Imprese a competere sui mercati. Non va poi dimenticato il peso dei costi energetici e del costo del lavoro che allungano anziché accorciare le distanze della concorrenza internazionale".

"Un altro ragionamento - continua Paniccia - per recuperare competitività è legato alla dimensione aziendale. Se in passato la piccola dimensione si è dimostrata vincente, oggi i grandi bisogni legati al processo tecnologico e alla necessità di operare su mercati globalizzati fanno sì che la piccola dimensione diventi un limite più che un vantaggio, con l'eccezione della subfornitura e dei servizi su base locale.

E' quindi necessario che l'Imprenditore si impegni per uscire dai mercati di nicchia".

"La dimensione media dell'azienda - conclude Paniccia - è quella vincente e nella media e nella grande industria sta la possibilità di ripresa della competitività che dovrà riprodursi a cascata nel sistema imprenditoriale portando la valorizzazione delle nuove tecnologie, degli investimenti in ricerca e sviluppo, con l'utilizzo delle alte risorse professionali, contando su servizi di supporto legati all'energia e all'innovazione".

degli intervistati. I prezzi di vendita: il 75% delle imprese li mantiene costanti, il 20% li aumenta, mentre una percentuale del 5% li diminuisce.

Anche l'occupazione è stabile (per il 69%). Il 17% delle imprese dichiara di aver ampliato l'organico e il 14% afferma di averlo ridotto. Con riguardo alle vendite verso l'estero, circa l'80% delle imprese

del campione esaminato intrattiene rapporti commerciali anche con altri Paesi.

Come lo scorso semestre si è poi confermata fra i problemi più sentiti la difficoltà nella riscossione dei crediti (21%) delle imprese ha segnalato la riscossione dei crediti come la maggiore difficoltà riscontrata nel secondo semestre 2005.

L'INAUGURAZIONE

Calligaris apre un megastore a New York

Calligaris ha aperto pochi giorni fa il primo negozio a New York, nel cuore di Brooklyn. Oltre 600 metri quadrati di superficie espositiva che consentiranno di poter vedere gran parte dei prodotti realizzati dalla factory di Manzano. Il negozio è stato realizzato con la collaborazione della società americana Ako Tavoli & Sedie, presente sul mercato della Grande Mela dal 1993. La Ako è specializzata nella commercializzazione di arredamento di design europeo contemporaneo ed è

dotata di personale specializzato.

L'esposizione dei prodotti della Calligaris consente di vedere diverse ambientazioni che consentono al cliente di potersi immaginare all'interno di una casa arredata in stile Calligaris.

"Siamo molto soddisfatti dell'accordo raggiunto con Ako - dice Alessandro Calligaris, presidente della Calligaris spa - che ci consente di essere presenti su una piazza molto importante come quella di New York, città da sempre molta attenta all'evolu-

zione del gusto e del design nel settore arredamento. Ako è un partner importante e siamo certi che il nostro Calligaris shop sarà apprezzato da tutti coloro che amano il mobile made in Italy".

Il negozio di Brooklyn, cui seguirà un secondo store nel cuore di Manhattan, è il primo di una serie di Calligaris shop che apriranno nelle principali metropoli americane.

Una volontà di consolidare la propria presenza sul mercato americano che rappresenta una impor-

tante parte del fatturato vendite all'estero della azienda di Manzano, tanto che nel corso del 2004 la Calligaris Usa ha inaugurato una nuova sede operativa, a High Point, nello stato della North Carolina con uffici e magazzini su una superficie di 7 mila metri quadrati per la gestione del mercato del nord America.

L'altra filiale Calligaris, invece, è in Giappone a Kobe, a pochi chilometri a sud di Osaka con un proprio grande show room per clienti ed importatori.



La sede della Calligaris a Manzano

COMMERCIO

Ennesimo successo del master di primo livello in sviluppo turistico del territorio

Il turismo manageriale

I precedenti corsi hanno piazzato nel mondo del lavoro il 70 per cento dei partecipanti



È sempre più un'iniziativa di successo. Parliamo del master di primo livello in Sviluppo turistico del territorio organizzato dalla facoltà di Economia dell'Università di Udine su idea di Confcommercio provinciale, in collaborazione con la Camera di commercio. Il master lo scorso 7 febbraio ha visto la cerimonia di consegna dei titoli agli studenti della terza edizione, chiamati a presentare i loro progetti finali: 12 progetti innovativi per dare impulso al settore turistico regionale.

“Si tratta di un'iniziativa che Confcommercio ha pensato e che Confcommercio sostiene con grande interesse – spiega il presidente provinciale Giovanni Da Pozzo – allo scopo di formare le figure apicali da inserire nel comparto del turismo, elemento strategico per l'economia regionale dei prossimi anni. Necessario, sin d'ora, investire sulle risorse umane e mirare ad accrescere la professionalità e la qualità dell'offerta turistica”. Sono tra l'altro già state raccolte le iscrizioni per la quarta edizione, il cui obiettivo è formare i futuri manager del settore, professionisti destinati a inserirsi nelle organizzazioni dei viaggi e dell'accoglienza. Il corso ha durata annuale e un valore di 60 crediti formativi; i partecipanti potranno svolgere uno stage di quattro mesi



Tra le ricerche del master anche un progetto di sviluppo turistico nell'area del gemonese, Canal del Ferro e Val Canale

in enti e aziende private e pubbliche.

Alla cerimonia di consegna dei diplomi di master della terza edizione hanno partecipato il rettore dell'Università di Udine Furio Honsell, il presidente di Confcommercio Da Pozzo, in rappresentanza anche della Camera di commercio, il preside della facoltà di Economia Gian Nereo Mazzocco, e il direttore del master Francesco Marangon. A chiudere gli interventi, l'assessore regionale alle Attività produttive Enrico Bertossi.

Le ricerche riguardano, fra l'altro, il Movimento

turismo del vino e l'offerta eno-turistica regionale, un'ipotesi di certificazione per Lignano Pineta spa, un'analisi del bilancio e della domanda di Lignano Sabbiadoro Gestioni, la promozione del prodotto turistico Friuli Venezia Giulia, la progettazione di weekend leisure a Spilimbergo, l'attività delle Agenzie di informazione e accoglienza turistica (Aiat), una proposta turistica per il Friuli Colinare, il porto di Trieste, un progetto di sviluppo turistico nel comprensorio del Gemonese, Canal del Ferro e Val Canale, i borghi storici e rurali del

medio-basso Friuli da valorizzare, la progettazione di pacchetti turistici delle agenzie viaggi e la promozione del territorio attraverso il Consorzio Dolce Nordest.

“Alla conclusione anche di questa terza edizione – commenta Da Pozzo –, il risultato è eccellente. Tutto merito di ragazzi capaci di elaborare lavori di interesse e spessore, primo tassello per costruire professionalità tali da formare una classe dirigenziale turistica. Lo richiedono le grandi strutture così come gli enti pubblici, e tutte quelle aziende che già operano

GIUNTA NAZIONALE

L'ingresso di Da Pozzo

Giovanni Da Pozzo, presidente provinciale di Confcommercio, è entrato nella giunta confederale a livello nazionale. In un nuovo corso di Confcommercio si aggiungono pure Alberto Marchiori, presidente di Pordenone, e Antonio Paoletti, presidente triestino a capo della commissione internazionale, una delle dieci i cui presidenti parteciperanno, insieme all'Ufficio di presidenza.

Un risultato eccezionale per l'associazione del Friuli Venezia Giulia, “un premio – sottolineano Da Pozzo – al lavoro di

squadra che contraddistingue l'operato delle diverse realtà provinciali”.

Nel corso della prima seduta dopo l'elezione di Carlo Sangalli, il Consiglio di Confcommercio ha eletto i vicepresidenti e i componenti della giunta, nominato l'amministratore e costituito l'Advisory Board per affinare i temi dello sviluppo. I vicepresidenti sono Bernabò Bocca, vicario; Renato Borghi, delegato all'organizzazione; Pietro Blondi, Fabrizio Palenzona, Franco Pecorini. Gianni Bort è stato nominato amministratore.

nel comparto, ma che necessitano di veri e propri manager per un ulteriore salto di qualità”.

Perché in questo settore non si può più improvvisare. Per giocare la carta turistica occorrono conoscenze approfondite, itinerari di formazione e un'elevata professionalità. “Non si può più inventare operatori turistici, così come non è sufficiente aprire strutture ricettive per dire di sponsorizzare il turismo”, ha sottolineato anche l'assessore Bertossi. L'incontro fra Ateneo e associazioni sta funzionando bene, “a riprova della va-

lidità del progetto formativo”, hanno quindi commentato il rettore Honsell e il presidente della Facoltà di Economia Mazzocco.

Buone notizie, infine, per i 12 professionisti del master: Cristina Agosto, Elena Baron Toaldo, Paola Braidotti, Marta Colle, Sara Costantini, Elisabetta Degano, Angela Giannoccaro, Valeria Monestier, Alessandro Narduzzi, Lara Tironi, Roberta Ulian, Claudio Zanchetta. I precedenti due corsi hanno piazzato nel mondo del lavoro più del 70 per cento dei partecipanti.

INTERVISTA A PIETRO COSATTI

“Al lavoro per una Udine più attrattiva”

Una Udine più attrattiva? Più accogliente? Più vitale? “Passa attraverso un'operazione di ampia visione, che tenga conto dei problemi non solo del centro storico e che non sottovaluti le potenzialità della periferia”. Il vicepresidente di Confcommercio provinciale Pietro Cosatti è pronto a spendersi per questa operazione “che, inevitabilmente, avrà come perno l'attrattività del centro storico, ma dovrà mirare a una soluzione globale delle problematiche dell'area udinese”.

Il primo nodo da risolvere? “Sicuramente quello di una viabilità che renda più scorrevole il traffico e più agevole la sosta – spiega Cosatti – con un'at-



Pietro Cosatti

tenzione particolare a chi non conosce la città. Il turista non dovrà essere lasciato solo, dovrà essere invece guidato, condotto, informato al meglio sulle vie d'accesso al centro”.

Fondamentale il dialogo

con l'amministrazione comunale. “E' il nostro interlocutore principale – sottolinea il vicepresidente di Confcommercio –: i nostri input resteranno senza significato se non troveremo dall'altra parte un'amministrazione in grado di trasformare in atti le nostre strategie per una Udine migliore. E' necessario dunque ridiscutere con il Comune un piano strategico che inviti la gente a rientrare nel centro città e a frequentare le zone adiacenti. Una discussione che dovrà essere aperta e fondata su temi concreti, senza atteggiamenti di sottomissione da parte nostra ma anche senza sterili scontri che, alla fine, non porterebbero ai risultati cui puntiamo”.

Alcuni temi? “Credo si debba innanzitutto procedere a un ripensamento della Ztl e a una ridefinizione delle zone pedonali, senza più ricadere nell'errore di creare aree “ibride”. Serve il coraggio di scelte definitive. Poi si dovrà pensare a un miglior utilizzo delle piazze cittadine, a partire da piazza XX Settembre. Piazze che non dovranno svolgere funzioni solo emporiali, ma essere sede privilegiata di incontri e di rapporti tra i cittadini, nonché di iniziative culturali, non dimenticando i motivi di richiamo turistico offerto dal loro contesto storico e artistico. E ancora si dovrà discutere dell'arredo urbano di via Mercatovecchio e di un parcheggio

centrale di cui si parla da tanto tempo senza però giungere a nulla”.

Non ultimi gli eventi, il “contenuto” delle piazze, “per i quali cercheremo un coordinamento con altri attori chiave quali, tra gli altri, albergatori, ristoratori, pubblici esercenti. Una strategia del “lavorare assieme” che deve valere anche per i borghi e per le vie, per dare sempre maggiore visibilità a eventi quali, per esempio, la festa di San Valentino in via Pracchiuso e quella delle rane in via Grazzano”.

Uno sguardo, inoltre, a quelle luci di Natale “che dovranno tornare a essere uno splendido biglietto da visita della città. Busseremo a tutte le porte – afferma Cosatti –, Comune,

Camera di commercio, Fondazione Crup e altre istituzioni cittadine, per recuperare al meglio questa tradizione. Ma anche i commercianti, è chiaro, dovranno fare la loro parte”.

Nelle intenzioni del vicepresidente di Confcommercio pure il dialogo con le altre categorie, “con cui condividere progetti concreti”, e anche i servizi per i genitori, “che durante lo shopping potranno lasciare tranquillamente i propri figli in strutture organizzate con animatori competenti”.

“Abbiamo messo in pista – conclude Cosatti – un gruppo di persone qualificate, motivate e che amano e conoscono la città. Siamo pronti a lavorare per Udine”.

AGRICOLTURA

Energie rinnovabili grazie all'agricoltura. Lo studio di Coldiretti e Università

Un'energia da coltivare

In Friuli ci sono ampi margini di sviluppo per il biodiesel, le biomasse e il biogas

di Francesca Pelesoni

Cogliere le opportunità offerte da un'agricoltura rigenerata anche nello sviluppo di prodotti biodegradabili e di alternative energetiche meno inquinanti è un obiettivo importante per un Paese che vuole percorrere seriamente la strada dello sviluppo sostenibile. Un obiettivo al quale l'agricoltura può dare un contributo determinante, perché potenziando le coltivazioni dedicate alla produzione di biocarburanti (biodiesel e bioetanolo), utilizzando residui agricoli, forestali e dell'allevamento, installando pannelli solari nelle aziende agricole è possibile secondo gli studiosi arrivare a coprire entro il 2010 fino al 13% del fabbisogno energetico nazionale, risparmiare oltre 12 milioni di tonnellate di petrolio equivalenti e ridurre le emissioni di anidride carbonica di origine fossile di 30 milioni di tonnellate.

Dalle coltivazioni agricole nazionali, come il biodiesel ottenuto dalla colza o dal girasole, è possibile ridurre dell'80% le emissioni di idrocarburi e policiclici aromatici e del 50% quelli di particolato e polveri sottili, principali responsabili dello smog in città, ma anche contribuire al raggiungimento del target fissato dall'Unione Europea che prevede di sostituire entro il 2010 il 5,75% dei consumi totali di benzina e gasolio da autostrazione con biocarburanti.

Anche in Friuli Venezia

Giulia si sta diffondendo la sensibilità a questo tipo di problematiche e un importante passo avanti in questo senso viene da una nuova iniziativa che consolida l'ormai pluriennale collaborazione fra Coldiretti del Fvg e Università degli Studi di Udine, già attivata per affrontare questioni cruciali ed innovative, che ha dato e sta continuando a dare risultati importanti.

Si tratta di un "think tank" che ha l'obiettivo di sviluppare le conoscenze nel settore delle energie rinnovabili con materie prime di origine agricola e che mette insieme le differenti competenze di ricercatori, studiosi e tecnici. Se infatti da un lato l'agricoltura multifunzionale può contribuire in maniera significativa alla risoluzione del problema energetico e del problema ambientale ad esso collegato, dall'altro ancora troppo poco è stato fatto per sviluppare iniziative che propongano modelli di sviluppo economico sostenibili dal punto di vista ambientale e che possano anche rappresentare un'opportunità di reddito per le imprese agricole.

L'intento del "think tank" è dunque quello di stimolare nuovi filoni di studio, ottimizzare le ricerche in corso, individuare le competenze già presenti e crearne di nuove, se necessario, per dare avvio a progetti concreti nei settori maturi ed insistere nella ricerca in quelli ancora da sviluppare.

L'impegno dell'Ateneo Friulano e di Coldiretti per



Smog in calo con il biodiesel ottenuto dal girasole

promuovere l'importante ruolo dell'agricoltura nello sviluppo delle energie alternative si è concretizzato già in tre progetti che saranno sviluppati in collaborazione con il Crita (Centro di Ricerca ed Innovazione Tecnologica in Agricoltura), il Ceta (Centro di Energia Teorica ed Applicata) e il Ciase, braccio operativo formato dai tecnici della Coldiretti. Il primo progetto riguarda lo sviluppo della filiera produttiva delle biomasse combustibili da colture erbacee ed arboree; il secondo la produzione di biogas da allevamenti animali, mentre il terzo è un progetto di collaborazione di più ampia portata e riguarda lo studio delle azioni da attivare a sostegno delle energie rinnovabili di origine agricola.

In Friuli Venezia Giulia ci sono circa 90 mila ettari coltivati a mais, una parte dei quali dovrà essere a breve riconvertita, mentre nell'area montana la produzione legnosa disponibile è di gran lunga superiore a quella prelevata. Inoltre in regione solo l'8%

dell'energia elettrica è derivata da produzioni rinnovabili, tutte idroelettriche, mentre nella vicina Carinzia la quota di superficie agricola destinata a produzioni energetiche raggiunge già il 20%; cifre che se da un lato fanno comprendere quanto il Friuli Venezia Giulia sia in ritardo sul versante delle energie rinnovabili, ma dall'altro rivelano gli importanti margini di sviluppo futuri. Ci sono quindi le condizioni per arrivare a una produzione rilevante di materia prima da destinare alle energie rinnovabili, come il biodiesel, il bioetanolo, le biomasse erbacee ed arboree, il biogas, ma ci sono molte altre opportunità, alcune delle quali ancora da verificare ed approfondire.

Tra i filoni che dovranno essere valutati dal think tank vi è l'istituzione di un "Osservatorio regionale sull'energia in agricoltura", lo sviluppo di attività di studio e progettuali sulle filiere energetiche e sulla vocionalità del territorio all'introduzione e allo sviluppo di colture ener-

getiche. Si dovranno individuare, quindi, le aree e gli ambiti territoriali che diano la miglior produttività in relazione alle singole colture. Nel caso delle filiere energetiche invece dovranno essere valutati la praticabilità, la percorribilità, la fattibilità tecnica ed economica, la compatibilità ambientale e sociale, la presenza di infrastrutture e di servizi per la realizzazione concreta delle filiere.

Le possibilità sono davvero numerose e riguardano, ad esempio, le filiere energetiche oleaginose (biocarburanti per uso diretto o indiretto come il biodiesel), biomasse (lignocellulosiche erbacee combustibili, legnose combustibili e materie prime per altri usi industriali quali pannelli, coibenti, fibre), biogas da effluenti zootecnici e agroindustriali, alcooligene (produzione di bioetanolo da colture saccarifere, amilacee o da biomasse lignocellulosiche).

Secondo Coldiretti, quindi, l'agricoltura potrà contribuire in modo sostanziale e determinante al raggiungimento degli obiettivi del protocollo di Kyoto e anche la riforma della PAC (Politica Agricola Comune), con il disaccoppiamento, determina nuovi scenari favorevoli al settore. Queste progettualità necessitano però della fattiva collaborazione di enti e istituzioni deputate alla ricerca, allo studio ed al trasferimento dell'innovazione alla realtà operativa, sia pubblici che privati, per far sì che i progetti elaborati abbiano poi ricadute concrete.

Il pollo torna a festeggiare

Vola alto, è il caso di dirlo, l'assessore alle attività produttive Enrico Bertossi. Partecipando al "Pollo party" organizzato dalla Coldiretti di Udine, ha lanciato una proposta gradita dal mondo agricolo del Friuli Venezia Giulia.

"Il pollo si mangia con le mani e con la testa - ha spiegato Bertossi -. Questa è l'idea sulla quale coinvolgerò tutte le categorie interessate per organizzare un fine settimana all'insegna della promozione del consumo della carne di pollo. Da questo momento assai negativo deve partire un movimento positivo. Spero, perciò, di trovare su questo punto l'accordo con tutte le categorie della filiera per costruire una due giorni di sensibilizzazione su tutto il territorio del Friuli Venezia Giulia."

Del resto, il pollo friulano è veramente sicuro. Tutta la filiera è infatti controllata. L'ha detto il direttore di Coldiretti di Udine, Mauro Donda, l'ha sottolineato autorevolmente Renato Coassin, direttore regionale dei servizi veterinari, e l'hanno ribadito le numerose autorità intervenute al "Pollo party", tenutosi presso l'agriturismo "La Fattoria" di Pavia di Udine.

Un'iniziativa a cui hanno partecipato circa 1500 persone, voluta per costruire un momento di conoscenza e solidarietà nei confronti di un comparto in grande difficoltà. "I prezzi degli avicoli sono calati del 60-70% - ha denunciato Donda - e molte aziende stanno già pensando alla riconversione produttiva. L'informazione non sempre ha rispettato i criteri di scientificità. Tra i consumatori italiani si è diffusa una psicosi ingiustificata che ha fatto dire a un 16% che non mangeranno mai più carne di pollo."

Il professor Edi Piasentier dell'Università di Udine ha quindi reso noto che l'ateneo ha istituito un numero verde (558593) a cui i consumatori possono rivolgersi per avere tutte le informazioni del caso.

Il ricavato economico dell'iniziativa sarà destinato al rafforzamento della corretta comunicazione pubblica utilizzando i consigli scientifici dell'Università e la rete delle macellerie e degli agriturismi.

IL CONVEGNO AD ALIMENTA

Il vademecum della certificazione

Spiegare al consumatore cosa vuol dire certificazione del prodotto agricolo in termini di qualità e di sicurezza alimentare, quali sono le differenze tra certificazione Dop e certificazione regionale, illustrare chi sono e cosa fanno le associazioni locali dei produttori in fase di certificazione, o dove si possono trovare i prodotti agricoli. In occasione di Alimenta, Coldiretti Udine, in collaborazione con la Ciaa di Udine, ha puntato sulla divulgazione al pubblico dei concetti di tracciabilità dei prodotti alimentari, di certificazione e di sicurezza alimentare, in linea con quanto previsto dal "Patto con il consumatore" sottoscritto nel 2000.

"Con il Patto ci siamo impegnati a portare avanti con trasparenza i temi della rintracciabilità, della sicurezza alimentare e del rispetto dell'ambiente, sulla base di un progetto di rigenerazione dell'agricoltura - sottolinea Roberto Rigonat, presidente Coldiretti Udine. - Questi percorsi sono stati intrapresi e anche l'opera di informazione e di coinvolgimento del consumatore si è intensificata per garantire trasparenza di mercato e consentire di effettuare scelte di acquisto consapevoli".

Ad Alimenta Coldiretti Udine ha organizzato due momenti distinti: uno destinato alla divulgazione del tema della certifica-



zione, l'altro alla degustazione guidata di prodotti.

Erano presenti le sette associazioni friulane che hanno iniziato il percorso della certificazione, lavorando soprattutto sul disciplinare di produzione e che danno al consumatore la garanzia di un prodotto se-

guito passo dopo passo per arrivare sulla tavola.

In particolare le associazioni per la valorizzazione della brovada e dell'asparago bianco si stanno predisponendo per l'ottenimento della Dop, mentre quelle delle colture dell'acqua, dei prodotti ovicaprini, la coo-

perativa "La Blave di Mor-tean" con la farina di mais per la polenta, e la filiera del frumento stanno lavorando per la certificazione regionale.

Per le degustazioni, spazio ai prodotti di qualità espressi dal territorio, con assaggi di insaccati di pecora e formaggi caprini, dell'Azienda Agricola Capra Amica di Zanier Andrea, il miele dell'Azienda Apistica Isa Pitonet, il vino dell'azienda di Palo Ferrin, e la carne di struzzo de La Riviera Struzzi di Martina Michela, presente solo da qualche anno in regione con un'azienda nuova che si è strutturata in tutte le fasi della produzione, della macellazione e lavorazione della carne.

ARTIGIANATO

Confartigianato rende onore a San Giuseppe: ben 64 i premiati a Tarcento

Gli artigiani in festa

Il Presidente Faleschini: "Dalla Regione più politiche per le piccole imprese"



con l'innovazione tecnologica, con l'accorpamento e la semplificazione degli strumenti finanziari, dall'altra punta a rilanciare l'economia attraverso il turismo non dimenticando il forte investimento sulla formazione, vera risorse del made in Italy. La manifestazione, allietata dal trio cabarettistico Trigenius che ha presentato due sketch tratti dallo spettacolo "Muri di ridi", è stata voluta - come ha detto infine Faleschini - per rendere "onore al lavoro di tutti gli imprenditori che ogni giorno contribuiscono allo sviluppo sociale ed economico del nostro territorio. Speriamo che quest'anno la giornata di San Giuseppe, che preannuncia l'arrivo della primavera, possa portare anche a un risveglio dell'economia".

Fra i presenti l'on. Ferruccio Saro, i consiglieri regionali Roberto Asquini e Roberto Molinaro, Renzo Tondo, i vice presidenti di Confartigianato Pietro Botti, Sergio Zanirato e Graziano Tilatti e il direttore Gian Luca Gortani, il presidente onorario di Confartigianato Beppino Della Mora, il presidente di Promosedia Franco Buttazzoni, il presidente di Confartigianato Servizi Roberto Mestroni e il direttore Sandro Caporale, i presidenti di Donne Impresa di Confartigianato Edgarda Fiorini, dei Giovani Imprenditori Ivan Baiutti e dei pensionati Silvio Pagani, il direttore di Confartigianato del Fvg Bruno Pivetta, e, per l'Api, il vice presidente Bernardino Ceccarelli e il direttore Paolo Perini

GIOVANI IMPRENDITORI: LE ELEZIONI

Baiutti, il nuovo che avanza

E Ivan Baiutti, classe 1974, il nuovo presidente dei Giovani imprenditori di Confartigianato. E' stato il Consiglio del Gia, nella riunione del 13 marzo, ad eleggerlo a grande maggioranza. Udinese, titolare di una impresa di pulitintolavanderia, Baiutti si è laureato all'Università di Trieste in scienze politiche a indirizzo economico con una tesi sulla filosofia della politica. Ha fatto l'alpino nell'VIII reggimento a Cividale del Friuli ed è anche presidente regionale

dei Giovani Imprenditori di Confartigianato. Baiutti, che guiderà un consiglio quasi completamente rinnovato nei suoi componenti, all'atto dell'insediamento e dopo aver ringraziato per la fiducia, ha delineato le linee di azione della sua presidenza centrando l'interesse in particolare sul credito, sullo start up, sulla formazione, sulle relazioni e sui rapporti con il mondo universitario ed infine sullo sviluppo del progetto Giovani Energie.

Particolare attenzione Baiutti e il suo gruppo in-

tendono porre sullo sviluppo dell'imprenditoria giovanile attivandosi per la creazione di condizioni ottimali per la trasmissione d'impresa; l'individuazione di modalità e percorsi atti a formare saperi, metodi e tecnologie per il successo imprenditoriale; la predisposizione di programmi specifici che puntino a favorire la formazione del giovane imprenditore e l'acquisizione delle competenze manageriali per la gestione dell'impresa; l'individuazione di percorsi formativi per la gestione del cambia-

mento; lo sviluppo del rapporto fra istituzioni scolastiche, enti di formazione e mondo del lavoro; il potenziamento della funzione dell'associazionismo e della rappresentanza finalizzati ad assicurare l'aumento del valore di impresa nel rapporto con l'associazione ed infine favorire la formazione dei giovani imprenditori per accrescere le competenze nel loro ruolo di dirigenti associativi. Baiutti sarà affiancato dai vicepresidenti Amerigo Cattaino, in qualità di vicario, e Alessandro Cecchini.

64 fra imprenditori e loro collaboratori. Hanno portato il saluto il presidente di Confartigianato di Tarcento Claudio Venuti, ricordando i 30 anni dal terremoto e l'immenso lavoro fatto, il sindaco di Tarcento Lucio Tollis ("la scelta di Tarcento da parte

vostra ci incoraggia nel lavoro di rilancio della nostra realtà nel cuore del Friuli"), del presidente della Provincia di Udine Marzio Strassoldo, che ha ricordato la collaborazione ormai pluriennale fra Confartigianato e la Provincia di Udine.

Ha chiuso i lavori l'assessore regionale alle attività produttive Enrico Bertossi, ricordando non solo la legge sullo sviluppo competitivo delle Pmi, ma lo sforzo che la Regione sta facendo per il rilancio del turismo, un settore importante e tra-

sversale perché comporta più sviluppo per agricoltura, enogastronomia, artigianato, industria alberghiera, ristorazione, città d'arte, commercio. "La Regione - ha concluso Bertossi - da una parte sostiene l'industria e l'artigianato manifatturiero

I DATI DELL'UFFICIO STUDI

Le costruzioni trainano la crescita

Stock di imprese artigiane registrate e natimortalità, provincia di Udine, 2000-2005

Anno	Registrate al 31/12	Iscrizioni nell'anno	Cessazioni nell'anno	Saldo annuale	Tasso di crescita annuale
2000	14.834	1.125	1.064	61	0,41%
2001	14.858	1.128	1.104	24	0,16%
2002	15.038	1.223	1.043	180	1,21%
2003	15.212	1.198	1.024	174	1,16%
2004	15.359	1.249	1.102	147	0,97%
2005	15.501	1.206	1.064	142	0,92%

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confartigianato Udine su dati Infocamere-Movimprese

rati dall'Ufficio studi di Confartigianato. Nella graduatoria delle 103 province italiane, costruita utilizzando il tasso di crescita 2004-2005 delle imprese artigiane, Udine si colloca al 54° posto, sette posizioni

dietro Pordenone (47 a con tasso di crescita del 1,07%), ma davanti a Gorizia (56 a con +0,85%) e Trieste (80 a con +0,24%). Il numero di iscrizioni è stato pari a 1.206, il terzo valore più alto nei 6 anni compresi tra

il 2000 e il 2005; anche le cessazioni, pari a 1.064, si collocano al terzo posto nel periodo esaminato. A trainare la crescita complessiva dell'artigianato è stato quasi esclusivamente il settore delle costruzioni (+183

imprese). La buona performance delle costruzioni si è affiancata da una leggera crescita dei "servizi ed altro" (+6 aziende pari a +0,13%), dato certamente incoraggiante se confrontato con quello medio nazionale (-

0,83%). In relazione al terziario Udine raggiunge un ottimo piazzamento con la 14a posizione. La perdita di terreno del manifatturiero (-47, -1,02%) non si discosta di molto da quella della nazionale (-0,93%); per questo indicatore la provincia udinese occupa la 69a piazza. Con riferimento alla forma giuridica sono cresciute di oltre un quarto le società di capitale, nella forma di società a responsabilità limitata (+27,12% contro il +20,07% a livello nazionale), sono leggermente cresciute le ditte individuali (+1,01%), mentre sono calate le società di persone (-2,05%).