

# UdineEconomia

Gennaio 2008 - N. 1

Mensile di attualità economica e culturale della Camera di Commercio di Udine



Camera di Commercio  
Udine

Registrazione Tribunale  
di Udine n. 7 del 18 Febbraio 1984

Spedizione in Abbonamento Postale - 45% -  
art. 2 comma 20/b legge 662/96 Filiale di Udine

Tasse perceute - Tassa riscossa  
33100 Udine - Italy - Pubblicità inferiore al 70%

Per la pubblicità rivolgersi a: EURONEWS  
Telefono 0432-512270 - 0432-292399 - 0432-202813

## FOCUS ECONOMICO



**Tir:  
accordo...  
sulla carta**  
pag. ▶ 2

## FINANZA



**La "regia"  
dei distretti**  
pag. ▶ 3

## FIERA INFORMA



**Un evento  
lungo un  
anno**  
pag. ▶ 5

di Giovanni Da Pozzo\*

Una crescita del Pil del 2,2% nel 2007 e stimata all'1,8% nel 2008, confortata da un segno più anche nelle esportazioni (+2,2% nel 2007 e +1,3% nel 2008) e da una riduzione del tasso di disoccupazione, che dal 2,9% del 2007 si stima possa scendere al 2,7% nel 2008. Sono alcuni degli scenari, riferiti al Friuli Venezia Giulia, dell'indagine Unioncamere e della relazione del Centro Studi Ufficio Statistica e Prezzi della Cciao di Udine, presentati alla conferenza stampa d'inizio anno.

Nonostante quindi sul sistema Paese gravino situazioni di natura internazionale determinate dal prezzo del petrolio, dal rapporto euro-dollaro, dagli effetti dell'aumento del costo delle materie prime, cui si uniscono i soliti problemi-Paese: fiscalità elevata, mancanza di una politica energetica e infrastrutturale, conflittualità politica, esagerata burocrazia, enorme debito pubblico e spese pubbliche non razionalizzate, i dati del Friuli Venezia Giulia rispondono in maniera positiva, con elementi nettamente migliori rispetto al quadro nazionale.

Al dinamismo regionale, dovuto anche a una forte dinamicità imprenditoriale e a una politica regionale attiva, anche se selettiva sul versante degli incentivi, si affianca quello imprenditoriale della provincia di Udine: sono 49.305 le imprese attive al 30 settembre 2007, iscritte al Registro delle Imprese della Cciao di Udine, e si riscontra ancora una lieve crescita il tessuto imprenditoriale friulano.

Il dato del Pil rappresenta, a livello regionale, il valore più alto: +0,4% sulla media nazionale. Segno positivo pure per il mercato del lavoro, che indica per il Friuli VG un +0,8% delle unità di lavoro nel 2007 e +1,4% nel 2008. In questo caso, saranno costruzioni e servizi a creare la maggiore



## 2008: scenario positivo per il Friuli

occupazione. In provincia di Udine, si confermano la diminuzione del tasso di disoccupazione e l'aumento dei tassi di attività e occupazione, incluse quelle giovanile e femminile.

Tornando alla dinamica imprenditoriale, i dati confermano i profondi processi di ristrutturazione in atto. Infatti rileviamo un ispessimento del sistema industriale: anche dove vi sono cali nel numero delle aziende, quelle che rimangono sul mercato si rafforzano e crescono dimensionalmente: fenomeno avvalorato dal forte incremento delle società di capitale che, con un +4,01% tra 2006 e 2007, si avvicina-

no sempre più per numero alle società di persone. Incrementi rispetto a settembre 2006 si registrano nei servizi alle imprese (+3,23%) e nell'edilizia (+1,8%). Il commercio, pur se lievemente in calo, come numero di aziende è aumentato nel periodo 2003-2007 di 170 unità locali (negozi e pubblici esercizi). Permane il punto critico dell'area della Sedia, che ha più bisogno di essere sostenuti.

Punti di eccellenza dell'economia friulana restano dunque export e - positiva "sorpresa" - turismo, che a un consuntivo italiano non troppo brillante, risponde invece molto bene in regione, presen-

tando, rispetto al 2006, un aumento tra i più indicativi. Ecco infatti un +5,6% di arrivi e +2,3% di presenze, specie nel comprensorio di Lignano Sabbiadoro e laguna di Marano.

Quanto all'export, tra gennaio e settembre 2007, il suo valore in provincia di Udine ha segnato un +16,45%, con un aumento soprattutto verso l'Europa (specie quella Centro-orientale); si conferma la propensione all'internazionalizzazione dell'economia manifatturiera friulana, da 15 trimestri con variazioni tendenzialmente positive sulle esportazioni.

\*presidente Cciao Udine

## PROGETTO CINA

### Tempo di bilanci

Tempo di bilanci per il progetto Cina, il piano di animazione economica sviluppato nell'arco degli ultimi quattro anni da una "cordata di enti": la Regione Friuli Venezia Giulia, le Camere di commercio di Udine e Pordenone (capofila del progetto), gli enti camerali di Gorizia e Trieste e l'Ice.

Obiettivo dell'iniziativa (di cui è già pronta una seconda tranche che si estende anche al Giappone, i cui contenuti sono in fase di approvazione), far conoscere alle imprese del Friuli Venezia Giulia, in particolar modo a quelle medio-piccole, le opportunità ma anche i rischi di un mercato in continua espansione. Diverse centinaia sono state, infatti, le imprese che hanno



partecipato alle numerose attività organizzate, tra seminari, check up aziendali, incontri d'affari, missioni e convegni, l'ultimo dei quali si è svolto recentemente a Pordenone alla presenza del vicepresidente della Cciao di Udine, Adriano Luci, del presidente dell'ente camerale di Pordenone, Giovanni Pavan, del direttore dell'Ice di Pechino, Antonino Laspina e della consulente del progetto, Patrizia Tambosso.

(a pagina 18)

## DISTRETTI

### La sedia cerca il rilancio



Un'iniezione di fiducia. Ecco che cosa serve per far risolvere le sorti del Distretto della sedia: ne è convinto il presidente di Promosedia, Matteo Tonon che, da vigile imprenditore, sa bene che l'iniezione e il nuovo corso devono concretizzarsi in risultati e azione. Quello che finora ha latitato nell'area del Manzanese è stato un coordinamento efficace fra i vari attori: "Quando i protagonisti in gioco sono tanti, è indispensabile realizzare e poter contare su una regia unica". In queste ore Promosedia sta organiz-

zando i primi step da compiere nel biennio istituzionale, del resto "da qualche parte bisogna pur incominciare; stiamo studiando le sinergie migliori con l'Asdi per dare vita a un nuovo corso", anticipa Tonon. A stringere le fila per un ragionamento ad ampio spettro dovranno essere vari soggetti: innanzitutto vengono coinvolti i soci di maggioranza di Promosedia, fra cui, in primis, la Camera di Commercio; si tratta di una tematica congiunta che, nella fase successiva, dovrà estendersi su altri fronti.

(a pagina 20-21)

## CCIAA



**L'area  
informatica**  
pag. ▶ 13

## LE CATEGORIE



**Friuli:  
un'oasi  
felice**  
pag. ▶ 16

## ATTUALITÀ



**Occhio al  
prezzo**  
pag. ▶ 17

Friulparchet si affaccia all'estero dopo aver conquistato consensi in Italia

## INTERNAZIONALIZZAZIONE

### FRIULPARCHET

# Pavimenti in legno per tutti i gusti

di Francesca Pelessoni

In dicembre a San Giorgio di Nogaro c'è stata una grande festa. Dipendenti, agenti, collaboratori e clienti storici si sono dati appuntamento per brindare agli 80 anni di attività della famiglia Bolzan, nonché ai 30 anni di vita di una ditta nata come piccola segheria e specializzata poi alla fine degli anni Settanta nella produzione di parquet con il nome Friulparchet. Oggi l'azienda è leader in Italia nella produzione dei pavimenti in legno, conta 15 dipendenti, 20 agenti sul territorio nazionale e si sta affacciando al mercato estero.

Pensare che tutto è partito da una produzione di "zoccoli" iniziata nel 1927

da Giuseppe Bolzan, padre di Antonio, che da lui ha ereditato la passione per il legno e ha saputo trasferire ai due figli Gabriella ed Elia un patrimonio enorme, soprattutto in termini di insegnamenti e valori. «Nostro padre - spiega Gabriella Bolzan - è nato nel 1930 a Canale d'Isonzo, ex provincia di Gorizia, dove i suoi genitori, i nostri nonni, avevano avviato pochi anni prima una segheria per il taglio del legname ricavato da boschi acquistati nell'attuale Slovenia».

Con enormi sacrifici Antonio Bolzan inizia gli studi e comincia ad appassionarsi al lavoro paterno. A 18 anni acquista un piccolo terreno a San Giorgio di Nogaro dove avvia un'attività simile a quella del pa-

dre. Grazie a una spiccata mentalità imprenditoriale, crea in collaborazione con il fratello uno tra i primi parchettifici in Italia.

Nel 1977 nella zona industriale di San Giorgio di Nogaro nasce Friulparchet, una ditta che la famiglia Bolzan ha guidato sulle rotte dell'eccellenza. Cresciuti tra il legno e i macchinari per lavorarlo, Gabriella e Enzo entrano giovanissimi nella gestione aziendale. L'innovazione e la ricerca di prodotti sempre nuovi sono stati elementi indispensabili. Dopo aver introdotto nelle sale mostra italiane veri e propri Friulparchet Point (ormai sono oltre 60 distribuiti tra le varie re-

**L'azienda ha da poco festeggiato 30 anni di attività**

gioni), caratterizzati da un format predefinito per comunicare al meglio le nuove gamme di prodotti e la nuova immagine aziendale, la ditta sangiorgina si è impegnata in un restyling completo dell'immagine, dal sito internet alla catalogica. «Abbiamo abbandonato gli schemi standard dei pavimenti in legno - spiega Gabriella Bolzan - e cerchiamo di seguire l'evoluzione del mercato proponendo prodotti in-



i fratelli Bolzan, Antonio e Gabriella

novativi e personalizzati alle esigenze di ciascun cliente».

Friulparchet ha lanciato negli ultimi anni nuove linee di prodotti caratterizzate da altissima qualità e specificità. Ad esempio Alexander, brand di alta gamma che non ha eguali nel campo dei pavimenti in legno, è un parquet che conserva intatto il fascino del passato, poiché è realizzato con teak ultra-centenario proveniente da travi portanti di antichi palazzi e abitazioni in disuso delle Indie e riproduce nelle diverse tipologie di pannelli decorativi i motivi che hanno dominato i pavimenti in legno delle corti settecentesche più importanti d'Europa.

I parquet BioLinea conservano intatte tutte le qualità tecniche dei corrispettivi verniciati e i vantaggi tipici del prefinito, inoltre sono perfetta-

mente in linea con le più moderne esigenze della bio-architettura. Grazie alla particolare verniciatura sulle plance bisellate, la nuova linea de "I lucidi" trasforma il pavimento in un prezioso gioiello con cinque finiture di grande

impatto visivo in argento antico, argento dorato, bronzo dorato, oro antico, oro bianco. Infine c'è External, linea dedicata al parquet per esterni, particolarmente adatti all'utilizzo in bioedilizia ed in ingegneria naturalistica.

### IN CIFRE

**20 agenti sul territorio nazionale**

Fondazione: 1977

Dipendenti: 15

Agenti: 20

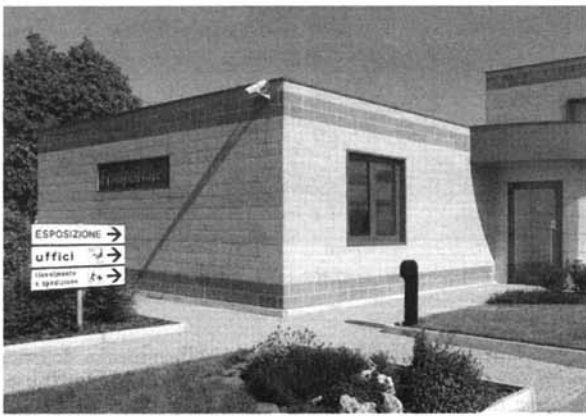
Località: San Giorgio di Nogaro - Via Malignani 3,

Telefono: 0431-621198

Fax: 0431-620476

Sito: [www.friulparchet.it](http://www.friulparchet.it)

E-mail: [friulparchet@friulparchet.it](mailto:friulparchet@friulparchet.it)

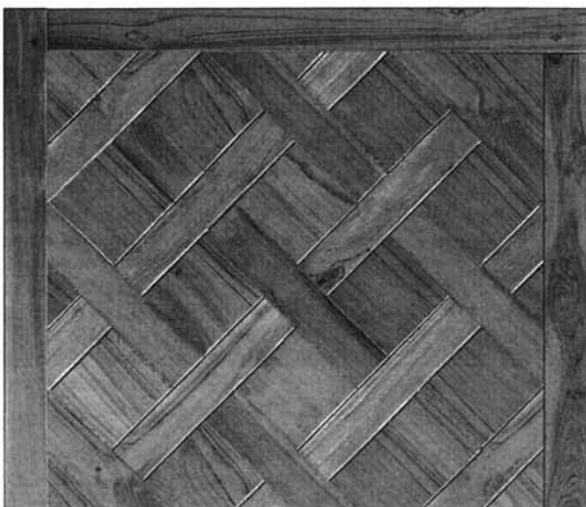


Friulparchet ha sede a San Giorgio di Nogaro

### LA CURIOSITÀ

Un'iniziativa di sensibilizzazione

# 5 mila querce ai bambini delle elementari



L'idea è semplice e il messaggio incisivo: ripiantare gli stessi alberi necessari per produrre i parquet, dimostrando attenzione

ai problemi eco-ambientali e al futuro del verde nel nostro pianeta. Nel 2006 Friulparchet ha attivato una compagnia di sensibilizzazione e la sua

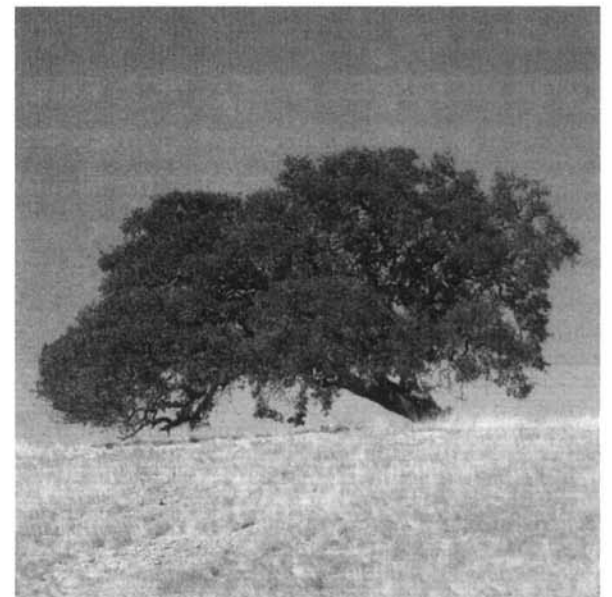
prima politica di rimboscimento, con l'auspicio che l'iniziativa si trasformi in una vera e propria riforestazione e invitando i competitor a fare altrettanto.

«Si tratta - spiegano Gabriella ed Elia Bolzan - di garantire alle prossime generazioni un futuro verde e rispettoso della natura, che senza dubbio non è brevettabile. Da oltre vent'anni il settore dei pavimenti in legno è preso di mira da ambientalisti, governi e politiche dettate dal consumismo di massa».

Ecco allora l'idea di donare una piccola quercia ai visitatori dello show room Friulparchet, nonché agli agenti e ai clienti sparsi in tutta Italia. «Le piante distribuite - proseguono i titolari - sono già qualche migliaio.

Stiamo mettendo a punto la distribuzione delle querce a tutti i negozianti e rivenditori che aderiranno al nostro progetto, personalizzando con il loro nome il collarino sulla quercia. Desideriamo, inoltre, regalare ulteriori 5 mila querce ai bambini delle scuole elementari della Provincia di Udine».

In cambio di questo omaggio l'azienda friulana chiede due semplici sforzi: dare alla pianta un nome e una dimora nel proprio giardino. In mancanza di un'area verde propria dove sistemarla, Friulparchet suggerisce di regalarla a un amico oppure piantarla in un prato dove possa crescere, scavando una buca di circa 30 cm e ricoprendola con terra, un po' di concime e acqua.



A sinistra la linea Alexander, brand di alta gamma che non ha eguali nel campo dei pavimenti in legno