

Salvata la Uanetto che si sposa con la Masè

Una cordata friulana recupera i 7 negozi dell'azienda di Mortegliano e acquisisce il marchio triestino



Il negozio Uanetto a Mortegliano

CASTIONS DI STRADA

La friulana Uanetto e la triestina Masè, due delle aziende che più incidono nel panorama della lavorazione e trasformazione della carne di maiale in regione, saranno presto riunite sotto lo stesso cappello imprenditoriale. È di ieri mattina la firma al contratto d'affitto dei 7 negozi Errezeta (gruppo Uanetto) da parte della cordata imprenditoriale capitanata da Dino Fabbro e composta da Carlo Fulchir, Franco Soldati e Luca Marcuzzo. Una firma che passa i punti vendita

nelle mani della Bts, società di cui Fabbro è presidente, e si somma all'aggiudicazione della Masè di Trieste da asta fallimentare, messa a segno sempre dalla cordata friulana, nei giorni scorsi e pronta a essere formalizzata il 15 aprile con la firma del contratto d'affitto.

A fronte di un canone mensile di locazione di 10 mila euro Bts si farà carico dei 13 negozi a marchio Masè oltre al salumificio di San Dorligo, riassumendo 65 degli attuali 75 dipendenti. Spuntato l'affitto i friulani dovranno poi rimettersi in gioco per

l'eventuale acquisto delle proprietà aziendali che saranno poste in vendita dalla curatela fallimentare con un'altra asta, probabilmente entro la fine dell'anno. Quale il prezzo? Non è dato sapere, ma è certo che gli "affittuari" avranno diritto di prelazione e che, nell'ambito dell'asta per l'affitto, hanno fatto un'offerta da 1,1 milioni per acquisire le proprietà. Da Trieste a Castions di Strada ieri mattina è arrivata anche la firma in calce al contratto d'affitto dei 7 negozi Rz per le cui attività Bts pagherà un canone mensile di

6.700 euro. Il contratto - ha spiegato ieri l'avvocato Antonio Rigo - è però da considerarsi per ora "sospeso", condizionato com'è anzitutto al raggiungimento di un'intesa con il sindacato per la gestione del personale che potrebbe arrivare, così auspicano sia la cordata sia la famiglia Uanetto, per l'inizio della prossima settimana. In questo caso si parla di 37 dipendenti, che stando alle intese di massima in sede sindacale dovrebbero essere tutti riassunti dalla nuova società.

Questo per ora il quadro, pronto ad allargarsi anche al sa-

lumificio, all'azienda agricola e al prosciuttificio di Sauris. Il tutto in vista di un possibile futuro acquisto sia della società friulana sia di quella triestina. L'obiettivo della maxi-operazione è strutturare l'intera filiera del suino, dall'allevamento alla macellazione fino alla trasformazione, in prosciutti crudi a Sauris (dove Uanetto conta su uno stabilimento) e cotti a Trieste (la specialità di Masè). «L'idea - spiega Marcuzzo - è rendere Masè complementare a Uanetto e completare così la filiera del maiale con i suoi due rami, quello della carne fresca e del crudo con quello del cotto. Il tutto utilizzando gli stessi punti vendita (poco meno di una ventina) così da far espandere il mercato Uanetto a Trieste e quello Masè in Friuli».

(m.d.c.)

REPRODUZIONE RISERVATA

L'agroalimentare si unisce in un Consorzio

Comprenderà la trota, Blave di Mortean, la mela, la patata, i fiori, la pezzata rossa e il lattiero-caseario

UDINE

Gli attori del paniere agroalimentare regionale si preparano a unire le forze e a dare i natali al consorzio del Tipicamente friulano, pronto ad affiancarsi agli attuali 3 enti consorziali del comparto già attivi in regione e votati alla promozione del formaggio Montasio, del prosciutto di San Daniele e dei vini Doc. A deciderlo, stimolato dall'assessore regionale all'agricoltura, Claudio Violino, è dal direttore dell'Ersa, Mirko Bellini, è stato ieri un gruppo di associazioni, consorzi e cooperative votate alle produzioni di trota, mela, figomoro, patata, pezzata rossa, prodotti lattiero-caseari, fiori e la "Blave di Mortean". Produzioni che, pur di qualità, non vantano marchi territoriali, vale a dire che non sono Doc, ma che grazie all'iniziativa della Regione Fvg potranno presto utilizzare il nuovo marchio Aqua (agricoltura, qualità, ambiente). Rinnovato il logo, che comprende il Tipicamente friulano, e ottenuto il via libera dell'UE non resta infatti che attendere l'approvazione dei disciplinari di produzione



perché sulla trota e i prodotti del settore lattiero caseario, solo per citarne due, il consumatore possa trovare il marchio regionale.

Il consorzio vuol essere ora l'ennesimo strumento per rinviare la filiera e per dare ulteriore slancio alle tante, eccellenti produzioni del paniere Tipicamente friulano ed è il risultato di

4 anni di attività promozionale condotta dall'assessorato attraverso l'Ersa. Come ieri ha spiegato Mirko Bellini, direttore dell'agenzia regionale, nell'arco del quadriennio i produttori hanno potuto conoscersi, scoprire le rispettive potenzialità, maturare la consapevolezza che il gioco di squadra può fare la

differenza. «Abbiamo promosso l'intero comparto agroalimentare usando come traino il vino bianco e il San Daniele - spiega Bellini -, così, fiera dopo fiera, siamo anzitutto riusciti a far conoscere tra loro i produttori, abbiamo capito su quali mercati puntare, abbiamo lavorato sulla loro capacità commerciale e di

promozione». Sforzi, che oggi è compito dei produttori capitalizzare, anche attraverso la creazione del nuovo consorzio. «Per la Regione sarà un quarto interlocutore - ha detto ieri l'assessore Violino - con il quale saremo in grado di creare una promozione più mirata ed efficace». Ma il fine non è solo promozionale. «È chiaro - ha proseguito Violino - che quando i produttori si troveranno discuteranno anche di politica agricola e di altre questioni». Come i finanziamenti. Il consorzio sarà infatti utile pure a intercettare risorse pubbliche, come spiega il direttore di Aprolaca, Massimo Caiazzo: «I contributi non si possono infatti più dare a enti che già ricevono a esempio risorse attraverso il Psr. Bisognava quindi trovare un'altra forma per essere finanziati e fare manifestazioni per la promozione dei prodotti del paniere».

Il consorzio pare la risposta.

Maura Delle Case

REPRODUZIONE RISERVATA

LEGGI E COMMENTA SUL SITO
www.messaggeroveneto.it

Claudio Serafini: si manifesti a Roma sull'Imu per le Ater

Una manifestazione dei presidenti delle Ater in piazza Montecitorio a Roma per sensibilizzare il parlamento e il Governo al tema Imu. Questa la proposta che il presidente regionale delle Ater del Fvg Claudio Serafini ha fatto giovedì all'assemblea di Federcasa a Pisa. «Quest'anno - ha detto - se va bene l'Imu sarà al 4,6 per mille, sennò, come aliquota standard potrà essere del 7,6 per mille poiché, per legge attuale, le case Ater vengono considerate come seconde case». «Un'uscita - prosegue - che porterebbe ogni singola Ater a pagare milioni di euro in più rispetto agli anni scorsi. Milioni che non potranno essere destinati alle manutenzioni o alla costruzione di nuovi alloggi».

AMBIENTE

A Trieste Mare Nordest sull'Adriatico

TRIESTE

«Adriatico punto di incontro» è il tema della seconda edizione di «Mare Nordest», organizzata dall'associazione sportiva Trieste Sommersa Diving, nata nel 2002 con l'intento di promuovere un parco navale nel Golfo di Trieste, per valorizzare l'ambiente marino e subacqueo della Riserva di Miramare. In programma il 13 e 14 aprile fra la Stazione Marittima, il Canale del Ponterosso e l'Antica Diga, è un evento dedicato agli appassionati del ma-

UDINE

L'universo vitivinicolo regionale dice sì alla Doc Friuli. Tra consorzi e mondo cooperativo sono infatti state raccolte oltre 900 firme a sostegno della richiesta di una nuova Doc regionale. Nuova, ma non sostitutiva delle 7 esistenti hanno tenuto a precisare ieri sia il presidente del consorzio delle Doc del Fvg, Giorgio Badin, che l'assessore regionale all'agricoltura, Claudio Violino, nella presentazione della partecipazione regionale alla 47ª edizione

Raccolte 900 firme per la Doc Friuli

I produttori chiedono la nuova denominazione. Presentata la partecipazione a Vinitaly



mento promozionale - ha spiegato Bellini - composto di due distinti video, che potranno essere utilizzati poi dalle singole aziende, dedicati rispettivamente al mondo del vino e a quello dell'agroalimentare regionale». Due mondi distinti, entrambi sinonimo di eccellenza e qualità che sempre più dovranno diventare complementari per veicolare l'immagine, che è poi soprattutto sostanza, di Friuli Venezia Giulia terra di grandi produttori e grandi prodotti. Insomma, vino sì, ma non solo. «Il video mostra

