

Udinese, martedì parte la campagna abbonamenti

Con una settimana di anticipo sulla tradizione, il 2 luglio alle ore 10 aprirà la campagna abbonamenti dell'Udinese Calcio in vista della stagione 2019-2020, che prevede prezzi invariati rispetto allo scorso anno, più posti (ben 2.500) dedicati alle famiglie che acquistano l'abbonamento cumulativo a 16 partite, la conferma - dopo il successo dello scorso anno - delle agevolazioni per sportivi iscritti ad associazioni affiliate al Coni di qualsiasi disciplina e per gli studenti universitari, che avranno anche più posti a disposizione. La società, infatti, punta quest'anno a garantire ancora maggiore attenzione alle famiglie, agli stu-

denti e a chi pratica sport, un pubblico che Udinese supporta con abbonamenti a 70 euro per 16 partite, per un totale di 5.500 posti in promozione. Torna anche il gadget del tifoso: in regalo agli abbonati - oltre a tanti vantaggi offerti dagli sponsor - una bandiera dell'Udinese. L'obiettivo è di portare allo stadio tifosi legati a doppio filo con il mondo dello sport e studenti, toccando se possibile quota 15mila.

Intanto ieri sera, al Maracanà, l'Argentina ha battuto 2-0 il Venezuela. A casa Darwin Machis e in semifinale Rodrigo De Paul, sempre titolare, che se la vedrà con il Brasile.



IN SEMIFINALE Rodrigo De Paul con l'Argentina battendo in Copa America il Venezuela affronterà il Brasile a Belo Horizonte

A pagina XIII

Ufficio di corrispondenza del Friuli: 45100 - Udine, corte Savorgnan 27 - Tel. 0432.501072 - fax 041.665181 udine@gazzettino.it

I nodi dell'economia locale

Udine e Gorizia Fiere Pordenone "chiude" all'ipotesi di fusione

Lapidario il sindaco naoniano Alessandro Ciriani: «I matrimoni si fanno tra vivi, non con i morti» E il presidente Pujatti rincara: «Siamo una spa e le scelte non le decidiamo con ottica da ente»

IL REQUIEM

PORDENONE «I matrimoni si fanno fra vivi, non con i morti»: i numeri decisamente positivi del bilancio 2018 della Fiera di Pordenone rafforzano la posizione dell'ente di viale Treviso e permettono al sindaco Alessandro Ciriani e al presidente Renato Pujatti di respingere con forza qualsiasi ipotesi di "apparentamento" con i vicini (Udine e Gorizia Fiere) in dif-

ficoltà.

Ciriani taglia dunque corto su questa possibilità, aggiungendo che «è chiaro che i servizi condiziati sono ben accetti ma, se si parla di strutture più complicate, sono strade che non ha senso percorrere. Se si devono fare delle operazioni - continua il sindaco -, quelle operazioni devono essere giustificate da un valore aggiunto, altrimenti c'è il rischio che chi ha meno possa portare via a chi da di più. Non ne vedo la

necessità e non ne capisco la ratio».

E prosegue con la metafora dei matrimoni anche Pujatti: «I



matrimoni si fanno da un punto di vista economico e industriale, non politico. Pordenone Fiere è una spa e dunque ciò che serve a questa società lo si decide con un'ottica da spa, non da ente. Noi

IL PRIMO CITTADINO: «I SERVIZI CONDIVISI SONO BEN ACCETTI, MA NON HA SENSO PERCORRERE STRADE PIÙ COMPLICATE»

siamo a disposizione di chiunque per condividere le nostre strutture».

IL BILANCIO

Il documento approvato ieri dai soci evidenzia un trend positivo e apre a nuove prospettive di sviluppo per il polo fieristico, che ha registrato un fatturato di 6,5 milioni (il più alto dal 2004) e ha chiuso con un utile di oltre

500mila euro. Se nel 2004, anno della trasformazione in società per azioni, le manifestazioni organizzate direttamente da Pordenone Fiere erano sette con 23 dipendenti attivi, il numero di fiere è più che duplicato nel 2018, quando il calendario annuale è arrivato a comprendere 15 eventi "propri" realizzati da 27 dipendenti.

La crescita è stata accompa-

gnata anche da un incremento del fatturato nel lungo periodo, nonostante i risultati altalenanti nel corso degli anni. La fase di stabilizzazione è ancora in corso, ma le prospettive sono positive. I numeri parlano di un totale di 31 manifestazioni che comprende anche eventi non prettamente fieristici e organizzati al di fuori del quartiere (erano 26 nel 2016), di cui 20 rivolti al grande pubblico e nove al mondo del business, due quelli ibridi, quasi quattromila gli espositori ospitati e oltre 230mila visitatori (dati invece riferiti solo ad eventi fieristici).

GLI INVESTIMENTI

«Non sono stati penalizzati gli investimenti - commenta Pujatti -, per far sì che questa Fiera "vecchia" resti sempre di elevato valore». E anche gli anni dispari, da

sempre critici, stanno cominciando a dare risultati meno negativi: «In passato siamo arrivati a perdere anche un milione, nel 2017 "solo" 390mila euro. Quanto agli utili, dai 215mila euro del 2016 siamo arrivati a 518mila».

«Con questi numeri - commenta Ciriani - il pareggio di bi-

lancio definitivo, che non è mai stato raggiunto, è alla vostra portata, salvo non volerlo raggiungere per fare investimenti: come per tutte le aziende che vogliono lavorare senza il supporto pubblico, l'investimento serve per fare ancora più risultati».

NUOVI SOCI

Risultati, questi, che aprono la strada all'ingresso di nuovi soci: fin dalla sua fondazione, nel 1947, sottolinea Pujatti, Pordenone Fiere non ha mai chiesto ai suoi soci un ripianamento delle perdite o iniezioni di capitale, come hanno fatto molte fiere italiane, anche importanti, ma ha sempre fatto fronte anche ai più pesanti momenti di difficoltà con risorse proprie: «Ora anche noi avremmo bisogno di risorse finanziarie per implementare i prossimi progetti di sviluppo infrastrutturale, di internazionalizzazione e rinnovamento del prodotto fieristico. Per questo - ha chiosato Pujatti - sarebbe molto importante l'ingresso di nuovi soci nella nostra compagine».

Lara Zani

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PORDENONE FIERE Un'annata da record con un utile di 500 mila euro



TORREANO DI MARTIGNACCO Il quartiere fieristico è in grande crisi