



SCINTILLE A SINISTRA In alto il senatore Lodovico Sonego, sotto il vicepresidente della Regione Sergio Bolzonello: è lite sulla pubblicità istituzionale. Nella foto grande il consiglio

LO SCONTRO

PORDENONE Non è ancora ufficialmente iniziata, ma la campagna elettorale per la corsa regionale già riserva scintille e colpi bassi. E guarda caso uno dei primi a finire al centro di un duro attacco è proprio il vicepresidente della Regione Sergio Bolzonello, candidato (per ora del Pd) alla poltrona che la presidente Debora Serracchiani si appresta a lasciare. E da dove arriva uno dei primi attacchi frontali al candidato alla presidenza della Regione? Dalla sinistra a sinistra del Pd. E in particolare dal senatore di Mdp-Articolo 1 Lodovico Sonego che, evidentemente, non intende perdere tempo nel seminare ostacoli sulla strada dell'ex sindaco di Pordenone verso la guida della Regione.

LA PUBBLICITÀ

Nel mirino del parlamentare già del Pd, oggi passato sotto le insegne di Mpd e quindi nella "galassia" della sinistra che fa riferimento a Liberi e Uguali di Piero Grasso, è singolarmente finita la comunicazione istituzionale della Regione rispetto ad alcune pubblicità legate a iniziative legislative dell'ente. «Vedo che avvicinandosi la campagna elettorale - punge il senatore ex Pd - la Regione sta facendo un largo impiego di risorse per la promozione del proprio operato. E di questo prendo atto e posso anche capire. Suggestivo però - va avanti Sonego non senza un

Regionali, pubblicità personale Sonego bacchetta il vice Bolzonello

► Il senatore Mdp sferra l'attacco all'avversario: via le foto dalle inserzioni a pagamento, è buon gusto
► Il candidato presidente tira dritto: nulla di strano Al centro della polemica la propaganda della Regione



AL VIA LA CAMPAGNA ELETTORALE IL CLIMA SI FA GIÀ INCANDESCENTE ALLEANZA PIÙ LONTANA

pizzico di ironia - che la comunicazione sia istituzionale evitando almeno di dare l'impressione che la Regione, in virtù della candidatura di Bolzonello, venga presentata come una istituzione "vicepresidenziale". Come dire: posso comprendere che la Regione con l'avvicinarsi della scadenza elettorale possa "reclamizzare" la sua attività degli anni di "governo", ma - a ragione di logica - in quelle pubblicità dovrebbe esserci la presidente uscente Serracchiani. «E non - sottolinea il senatore - il vicepresidente con tanto di foto e di dichiarazioni in cui rivendica risultati e meriti. Per questo mi pare di essere entrato in una sorta di "Regione vicepresidenziale" e non più "presidenziale". «Per questo - è la stiletta al vicepresidente - chiedo a Bolzonello di togliere ogni riferimento personale, immagini e fervorini dalla comunicazione a pagamento della giunta regionale. Buon gusto e senso delle isti-

tuzioni lo richiedono». Il riferimento è alla campagna che la Regione ha lanciato - attraverso l'acquisto di spazi a pagamento sui quotidiani regionali - nelle ultime settimane. In particolare ci sono state pagine pubblicitarie in cui si è parlato del Porto di Trieste e del punto franco e dei risultati di Rilancimpresa. In quest'ultimo caso è comparsa anche la foto del vicepresidente che è anche assessore alle Attività produttive.

LA TENSIONE

Un attacco che Bolzonello non "accusa" e che quasi snobba e sul quale sorvola scegliendo di non raccogliere il guanto di sfida su un terreno aperto dal vecchio "avversario" non certo da ieri. Il vicepresidente tira dritto. E si limita a ricordare: «Mancano mesi alla campagna elettorale, ci mancherebbe che l'assessore competente su alcune questioni specifiche non possa parlare o

comunicare Senza contare che quella è una campagna decisa un anno fa». E non è nemmeno la prima volta che escono iniziative pubblicitarie della Regione in materia economica. Insomma, Bolzonello non si scompone: il fatto di essere attaccato sulla "pubblicità", e non sui contenuti della "sua" legge, lo fa tirare dritto nella sua corsa elettorale. Certo, le "ruggini" tra i due rappresentanti politici pordenonesi sono di vecchia data e risalgono ancora a quando Bolzonello era sindaco della città. Situazione che nel clima attuale rischia di riaccendersi. Un clima che dà l'idea di quanto sia lontano - soprattutto dopo l'annuncio di candidatura del consigliere Mauro Travanut - l'accordo con il Pd con il raggruppamento di sinistra al quale sta lavorando anche lo stesso Sonego. E dire che non siamo neanche all'inizio.

Davide Lisetto

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La storia

Le vecchie ruggini iniziano prima del Pd

PORDENONE Lodovico Sonego e Sergio Bolzonello non si sono mai amati. E i primi scontri tra i due - con storie e tradizioni assai diverse alle spalle, il primo arriva dal Pci, il secondo è un "vecchio" liberale di sinistra innamorato delle liste civiche - iniziano quando Bolzonello era sindaco della città. Sonego aveva, invece, terminato l'esperienza come assessore regionale nella giunta Illy. Alcuni degli screzi sarebbero nati sulla gestione di alcuni finanziamenti regionali che il Comune aveva ottenuto. Lo scontro, però, ben presto si sposta dentro il Pd quando Bolzonello decide di entrare e farsi largo a scapito di esponenti più "anziani" come Sonego.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Refel passa in mani tedesche, previste assunzioni

LA VENDITA

PORDENONE La Refel, azienda leader nella produzione di maxi-forni per vetrerie di San Vito al Tagliamento, passa di mano. Dalla multinazionale austriaca Rhi l'azienda - che conta oltre 160 dipendenti - passa sotto il controllo di un fondo finanziario tedesco. La nuova proprietà, nel corso di un incontro con le organizzazioni sindacali, ha annunciato che l'operazione non comporterà "terremoti" al vertice della società: resta il management attuale e non ci saranno ricadute negative sul personale. Anzi, il fondo tedesco ha anche garantito che, nel corso del 2018, ci saranno delle assunzioni di personale tecni-

co e del marketing. Le operazioni che prevedono il passaggio di imprese manifatturiere a fondi finanziari generano solitamente preoccupazioni: stavolta però il cambio sarà foriero di una ulteriore crescita sotto le insegne del gruppo tedesco Livia. L'azienda con sede a Monaco ha annunciato l'acquisizione del cento per cento delle azioni di Refel, che conta 160 addetti, e della russa Jsc podolsk refractories, entrambe vendute dalla Rhi Ag di Vienna, fornitore globale di prodotti refrattari di alta qualità, sistemi e servizi necessari per i processi industriali sopra i 1.200 gradi centigradi. Livia è una holding industriale indipendente e si è aggiudicata le due imprese anche per i pro-

getti di lungo periodo che intende realizzare. Nell'incontro con le organizzazioni sindacali di Cisl e Cgil, la nuova proprietà ha dato ampie rassicurazioni sulla prospettiva del sito produttivo sanvitese e sul mantenimento dell'occupazione. «Si è parlato - sottolinea il sindacato - anche di qualche assunzione in alcuni ambiti strategici,

L'AZIENDA DI SAN VITO CHE PRODUCE MAXI-FORNI PER VETRO È STATA VENDUTA GARANZIE SU MANAGER E OCCUPAZIONE



ACQUISIZIONE La Refel passa di mano: ora è tedesca

tra cui quello commerciale». Livia ha garantito che non verranno apportate modifiche sul versante né organizzativo né produttivo. La gestione dello stabilimento, dal punto di vista amministrativo e produttivo, verrà affidata all'attuale management. «Ci troviamo - annunciano Franco Rizzo (Cisl), Giuseppe Pascale (Cgil) e Maurizio Sacilotto (Uil) - di fronte a una sfida importante e stimolante, che impegnerà azienda, parti sociali e lavoratori e richiederà un sistema di relazioni sindacali robusto, affidabile e responsabile, che dovrà ruotare sulle risorse umane e sulla loro effettiva partecipazione ai processi produttivi». Dal canto suo, il proprietario del gruppo Livia, Peter Loew, si è detto

«contento di continuare a lavorare con il management e i dipendenti attuali, per sviluppare ulteriormente le aziende, stabilizzarle sul lungo periodo e continuare a servire clienti esistenti e nuovi, con la consueta alta qualità». Refel è un'azienda leader nella produzione di prodotti refrattari usati principalmente nella costruzione di forni fusori. Forni che sono una parte cruciale nella produzione di vetro e altri prodotti in cui la resistenza ad alte temperature e all'abrasione è fondamentale. L'azienda sanvitese ha una capacità produttiva di circa 5 mila tonnellate l'anno e realizza un fatturato superiore ai 20 milioni di euro. d.l.

© RIPRODUZIONE RISERVATA