



IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA

**MARCHIO DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE
PER GLI AGRITURISMI DELLA PIANURA PORDENONESE**

Dr. Francesco Coletti

Fondazione Agrifood & Bioeconomy FVG

COM'È NATO IL MARCHIO IO SONO FVG?

Da #IOCOMPROFVG a "IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA"



#iocomproFVG



Il nome del Marchio

IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA

AZIENDA

“Io sono Friuli Venezia Giulia” perché con la mia attività produttiva contribuisco attivamente allo sviluppo sostenibile della mia regione.

CONSUMATORE

“Io sono Friuli Venezia Giulia” perché acquisto da aziende che producono alimenti nel rispetto del territorio e della comunità del Friuli Venezia Giulia.

PRODOTTO

“Io sono Friuli Venezia Giulia” perché comunico informazioni al consumatore e, attraverso di esse, racconto il mio territorio.

REGIONE

“Io sono Friuli Venezia Giulia” perché promuovo le imprese che danno valore aggiunto al sistema FVG, in termini ambientali, sociali ed economici.

Finalità del Marchio

VALORIZZARE

le imprese e le produzioni che testimoniano il loro impegno per lo SVILUPPO SOSTENIBILE della Regione Friuli Venezia Giulia.

INFORMARE

i consumatori in modo trasparente sull'origine dei prodotti che acquistano.



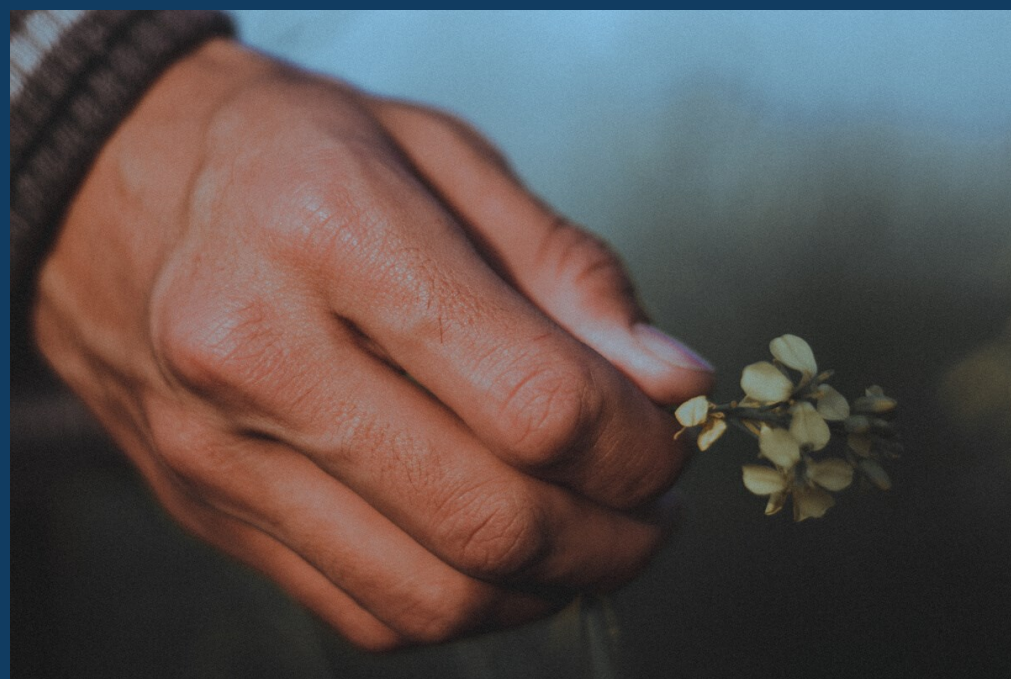
Marchio
Azienda



Marchio
Prodotto

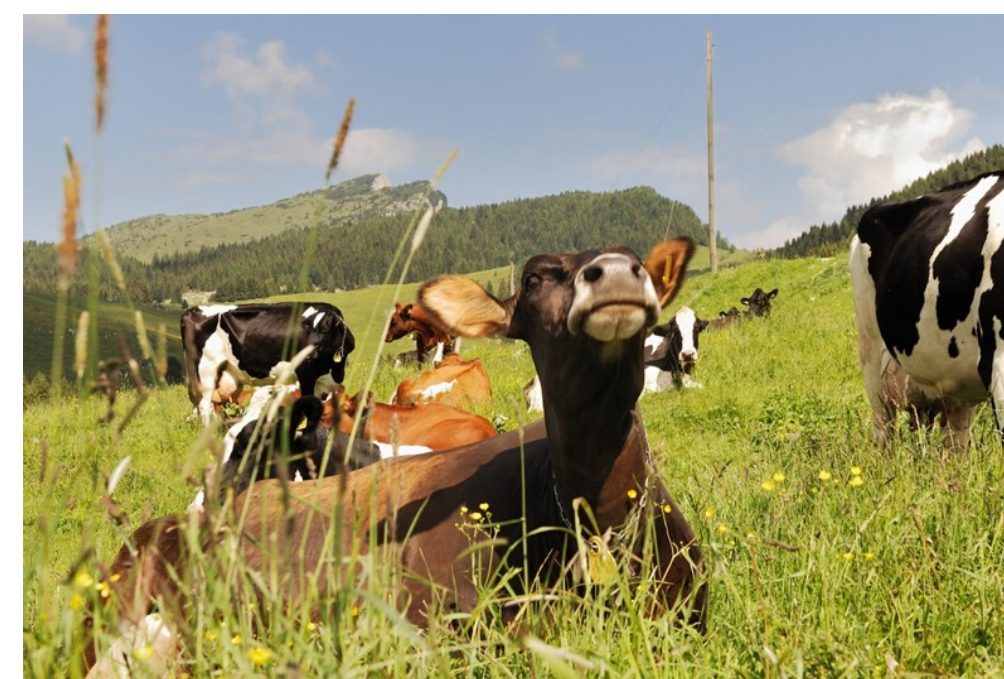


I valori del Marchio



SOSTENIBILITÀ

Le AZIENDE beneficiarie del marchio sono valutate sull'implementazione delle pratiche di sostenibilità ambientale, economica e sociale all'interno della propria impresa.



TERRITORIALITÀ & TRACCIABILITÀ

I PRODOTTI marchiati forniscono tutte le informazioni sull'origine delle materie prime di cui si compongono.

Marchio Azienda

VALUTAZIONE SOSTENIBILITÀ

Le aziende agroalimentari compilano una auto-valutazione di sostenibilità ambientale, economica e sociale.



SUSTAINability
L'abilità di essere Sostenibili

REPORT DI ASSESSMENT DI SOSTENIBILITÀ

Impresa
Nome impresa SRL

Data realizzazione assessment
25/07/2023

LEGGI IL REPORT



[Link report completo](#)

Marchio Azienda



VALUTAZIONE SOSTENIBILITÀ

Il voto ricevuto è visibile nella Scheda Azienda pubblica e pertanto consultabile dai consumatori.

Le imprese devono impegnarsi a migliorare il loro livello di sostenibilità perchè se non testimoniano un miglioramento in tale senso entro 3 anni, la concessione del marchio viene sospesa.

Cosa intendiamo per “SOSTENIBILITÀ”?

AMBIENTALE

Gestione rifiuti e
scarti, riduzione degli
sprechi

Uso energie da fonti
rinnovabili

Controllo emissioni
inquinanti

ECONOMICA

Sede produttiva in FVG

Catena di fornitura
locale

Ridistribuzione del
valore lungo la filiera

SOCIALE

Rapporto con i
lavoratori

Iniziative a beneficio
della comunità locale

Remunerazione equa

La sostenibilità...vista dal lato delle imprese:

Esempi da aziende IO SONO FVG

Riduzione degli imballaggi e packaging riciclabile

Passaggio generazionale alla figlia 25 enne

Mantenimento della viabilità in zona montana per accedere all'azienda

Prediligere fornitori locali per le materie prime

Inserimento di varietà resistenti senza l'impiego di fitosanitari

Installazione di pannelli fotovoltaici su capannoni e magazzini

Confezioni disegnate da ragazzi disabili

Realizzazione strutture in bioedilizia

Realizzazione di eventi coinvolgendo aziende del territorio

Recupero di prati per l'attività di pascolo

STATO DELL'ARTE



405 aziende "Io Sono FVG"

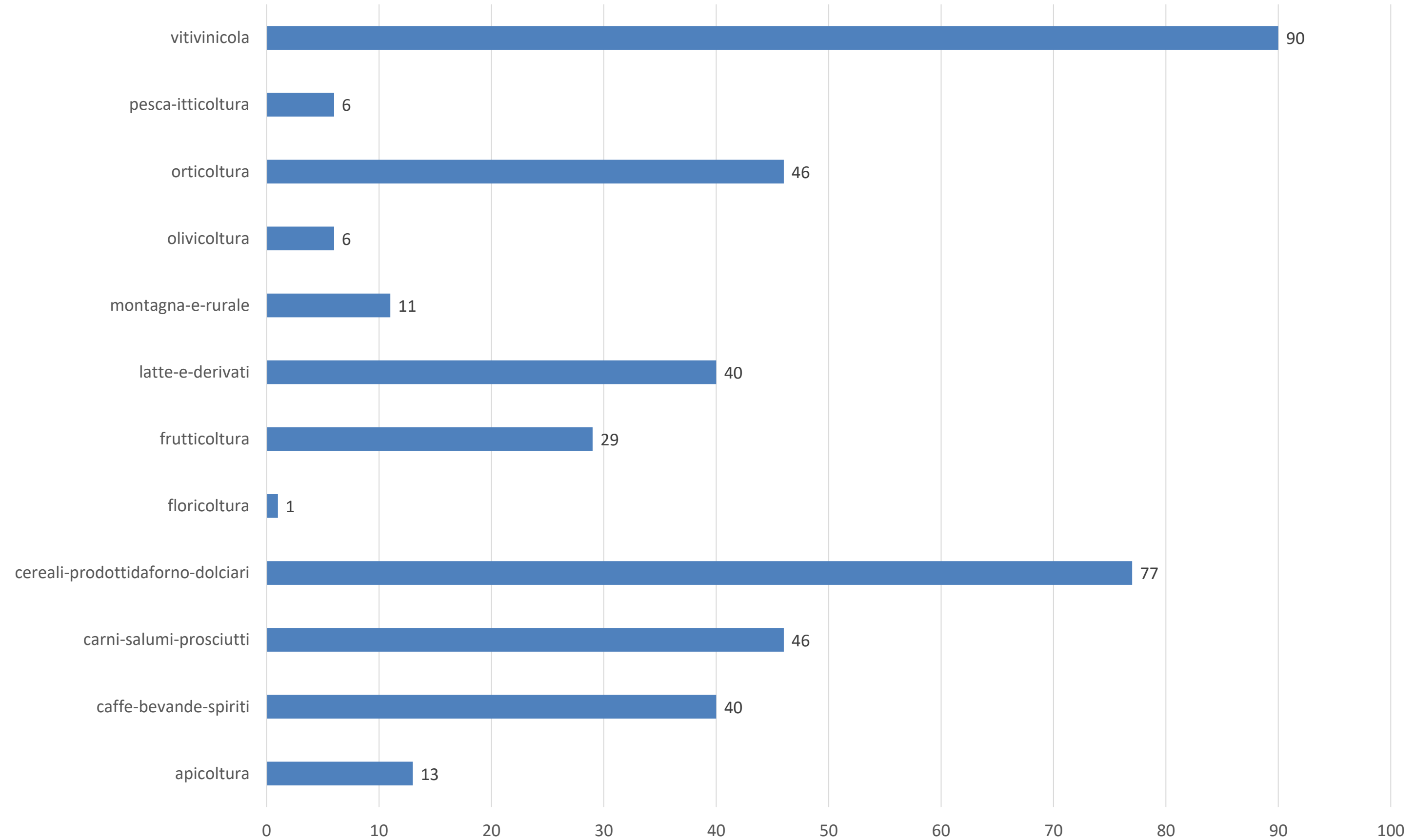


1186 articoli con il marchio prodotto
"Io Sono FVG"

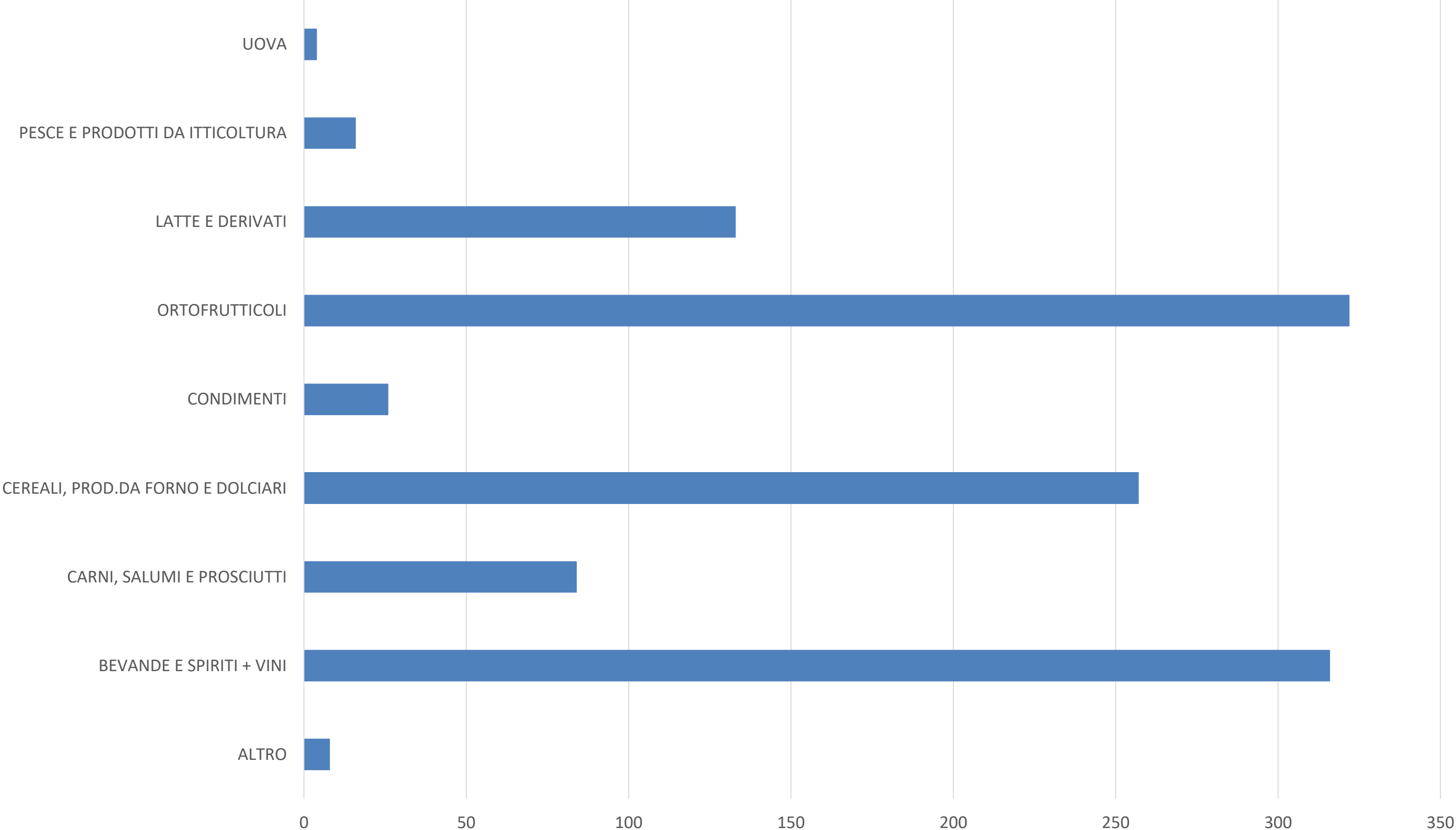


401 punti rivendita & ristoranti
con il "Marchio Servizi"

RIPARTIZIONE AZIENDE PER TIPOLOGIA

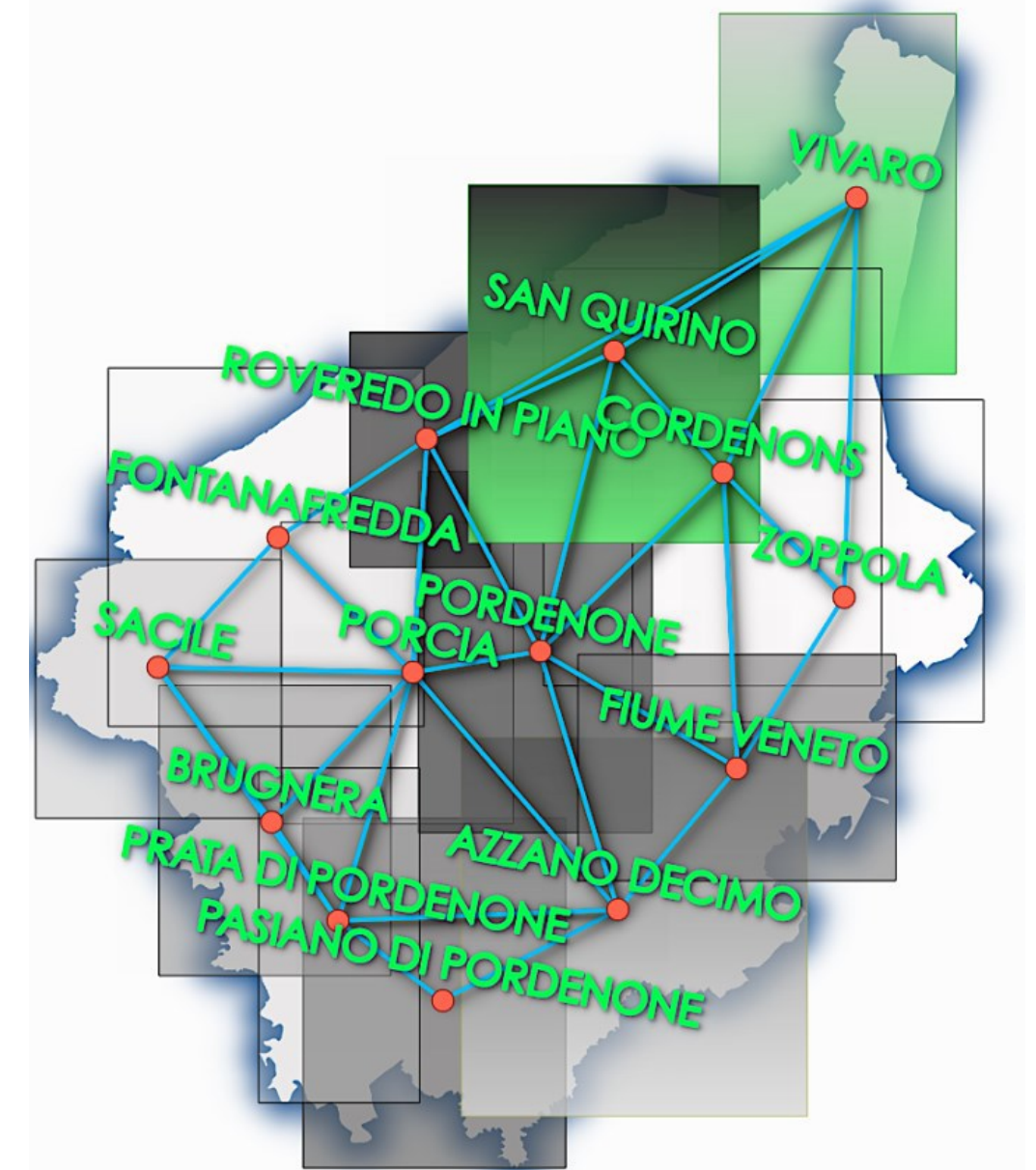


RIPARTIZIONE PRODOTTI PER TIPOLOGIA



FOCUS AREA PROGETTO – I COMUNI

- AZZANO DECIMO
- BRUGNERA
- ZOPPOLA
- CORDENONS
- FIUME VENETO
- PASIANO DI PORDENONE
- ROVEREDO IN PIANO
- PORCIA
- PORDENONE
- PRATA DI PORDENONE
- SACILE
- SAN QUIRINO
- VIVARO



FOCUS AREA PROGETTO – LE AZIENDE IO SONO FVG



- LATTE e DERIVATI
 - Latteria sociale di Palse soc.cop.agr.
- ORTICOLTURA
 - Az. Agr. Ecoqua
 - Az. agricola de nardi Rosanna
 - Ermacora federica
 - Società Agricola Le Quattro Stagioni
- VITIVINICOLA
 - Gruppo Martellozzo
 - LaGRE di Greguol Valentina
 - Principi di Porcia e Brugnera
- CAFFÈ, BEVANDE E SPIRITI
 - D.A.P. srl
- CARNI, SALUMI E PROSCIUTTI
 - Al gel srl
 - Az. Agr. Comparin Armida
 - Cipa società cooperativa
 - Santanna srl

FOCUS AREA PROGETTO – LE AZIENDE IO SONO FVG



- CEREALI, PRODOTTI DA FORNO E DOLCIARI
 - Colsapore di Del Col Simone
 - Alessio Brusadin - Invasi dal gusto (qualità artigiana srl)
 - De Cocio Società Semplice Agricola
 - De lotto la cereal srl
 - Il Forno di Pin Pierangelo & c. snc
 - Molino di Pordenone
 - Quintessenza di bressan flavio
- FRUTTICOLTURA
 - Fattoria Gelindo dei Magredi sas
 - Il noccioleto srl
 - Società Agricola Zuccolin Desio e Matteo s.s.

FOCUS AREA PROGETTO – LE AZIENDE IO SONO FVG



- APICOLTURA
 - Apicoltura Ornella > 11 prodotti
- CAFFÈ, BEVANDE E SPIRITI
 - Birrificio di Naon > 2 prodotti
 - Distilleria Pagura > 1 prodotto
- CARNI, SALUMI E PROSCIUTTI
 - La Rossa Pezzetta del FVG > 3 prodotti
- CERREALI, PRODOTTI DA FORNO E DOLCIARI
 - Amorebio srl > 3 prodotti
 - Arnese e Rossi Mel Ssa > 2 prodotti
 - Cooperative Agricole Società Cooperativa > 8 prodotti
 - Gelateria Montereale snc di Zago Edi e c. > 1 prodotto
 - Macoritto Valentino Srl > 1 prodotto
 - Pastificio Vecia Bulagna > 10 prodotti
- FRUTTICOLTURA
 - Az. Ag. Giovanni Portoghese I TRE POMI > 1 prodotto

FOCUS AREA PROGETTO – LE AZIENDE IO SONO FVG



- LATTE e DERIVATI
 - Casearia Del Ben S.R.L. > 48 prodotti
 - Latteria di Visinale Srl > 4 prodotti
 - Latteria Sociale Turnaria di Maron di Brugnera > 8 prodotti
- ORTICOLTURA
 - Az. Agr. L'Acero Rosso di Camol Valter > 49 prodotti
 - Azienda Agricola Santarossa Franco e figli > 2 prodotti
 - Co.Pro.Pa Cooperativa Produttori Patate > 2 prodotti
- PESCA E ITTICOLTURA
 - Agroittica Friulana > 12 prodotti
- VITIVINICOLA
 - Borgo delle rose > 9 prodotti
 - Vistorta - Conte Brandolini > 1 prodotto



LA PROMOZIONE TERRITORIALE

Il marchio di “branding” territoriale

**IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA**

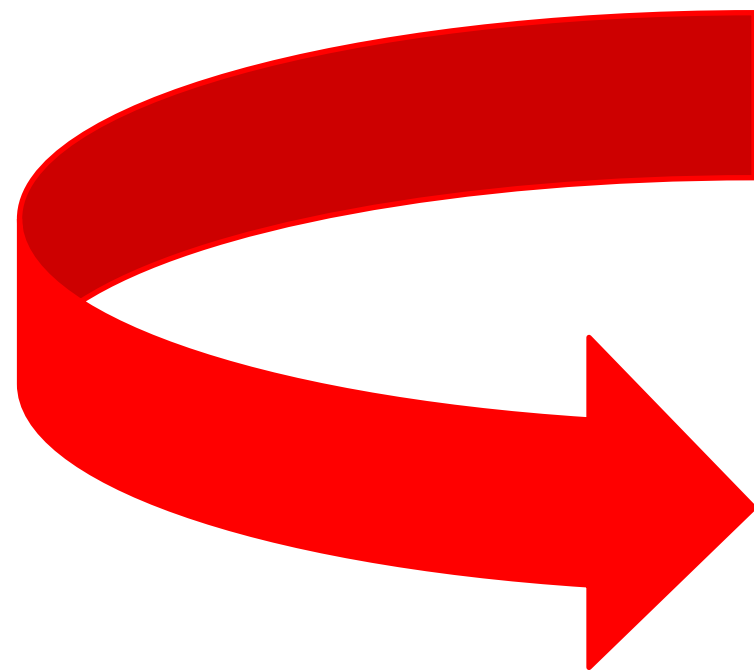


Per promuovere i valori del Marchio anche nelle iniziative non connesse al settore agroalimentare, è stato sviluppato il branding IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA. Eventi, manifestazioni, patrocinii, pubblicazioni e qualunque altra iniziativa sul territorio possono fregiarsi quindi del Marchio figurativo “Io Sono Friuli Venezia Giulia” dimostrando che l’attività risulta in sintonia con i principi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica alla base del Marchio collettivo.

Nasce il Marchio lineare

Progetto condiviso tra AgrifoodFVG e PromoturismoFVG

io sono
「FRIULI VENEZIA GIULIA」
www.tastefvg.it



「FRIULI VENEZIA GIULIA」
www.turismoFVG.it

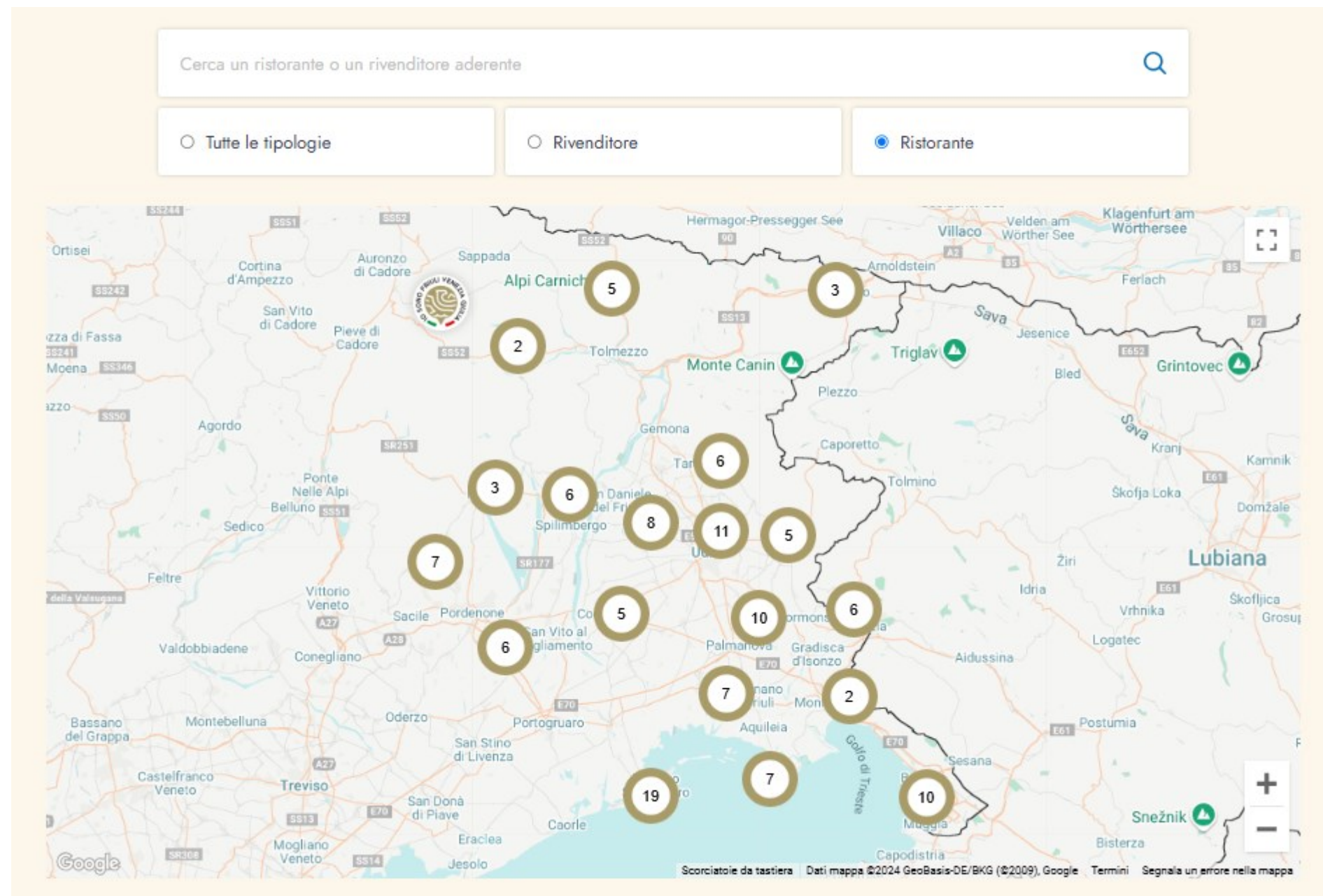
IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA





E PER GLI AGRITURISMI?

Possibilità di richiedere il «Marchio Servizi» come utilizzatori di prodotti locali



E PER GLI AGRITURISMI?

Qui di seguito si riporta la versione coordinata del Art.2 comma 4 della LR 25/1996 (modificato dall'articolo 24 della legge regionale 3 marzo 2023, n. 10) di nostro interesse.

“Nell'esercizio dell'attività agrituristica almeno l'80 per cento del valore annuo della materia prima utilizzata per la somministrazione di pasti e bevande, con l'esclusione dei prodotti necessari alla preparazione degli alimenti e dell'acqua minerale, deve rientrare nelle seguenti tipologie:

a) beni di produzione aziendale;

b) beni acquistati da altri produttori agricoli singoli o associati della Regione Friuli Venezia Giulia, sempreché di provenienza regionale;

c) prodotti a denominazione di origine protetta (DOP), indicazione geografica protetta (IGP), denominazione di origine (DO) e indicazione geografica tipica (IGT) del Friuli Venezia Giulia;

d) prodotti agroalimentari tradizionali (PAT) della Regione Friuli Venezia Giulia, di cui all' articolo 12 della legge regionale 22 novembre 2000, n. 21 (Disciplina per il contrassegno dei prodotti agricoli del Friuli-Venezia Giulia non modificati geneticamente, per la promozione dei prodotti agroalimentari tradizionali e per la realizzazione delle "Strade del vino"), riconosciuti ai sensi del decreto del Ministro per le politiche agricole 8 settembre 1999, n. 350 (Regolamento recante norme per l'individuazione dei prodotti tradizionali di cui all'articolo 8, comma 1, del decreto legislativo 30 aprile 1998, n. 173);

e) prodotti con il marchio "Io Sono Friuli Venezia Giulia";

f) prodotti con il marchio "AQUA" di cui alla legge regionale 13 agosto 2002, n. 21 (Norme per la valorizzazione dei prodotti agricoli e alimentari di qualità);

g) prodotti agroalimentari con indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di montagna" di cui all' articolo 31 del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari;

h) prodotti ricompresi nelle piccole produzioni locali (PPL) del Friuli Venezia Giulia per cui sia stato approvato dalla Regione il regolamento che ne disciplina le modalità di produzione.”

IL VALORE GENERATO DAL MARCHIO

- Riattivazione di filiere produttive «abbandonate»
- Collaborazione tra realtà locali
- Generazione di valore economico sul territorio
- Stimolo alla transizione «green» e sostenibile delle aziende
- Promozione di sistema
- Valorizzazione inclusiva di tutti i produttori

**Prodotti «nuovi»
da ISFVG: 50%
(stima)**

Un unico valore che per la prima volta abbraccia e coinvolge tutti

Grazie al marchio “Io Sono Friuli Venezia Giulia”, oggi puoi riconoscere più facilmente l’origine di un prodotto della filiera agroalimentare regionale.

Puoi anche scoprire l’impegno nella sostenibilità ambientale, economica e sociale dell’azienda che lo produce.

Il marchio distingue anche tutte le altre iniziative che si impegnano a promuovere quest’idea che da sempre è alla base della nostra cultura regionale del «fare le cose bene» .

Grazie per l'attenzione

