

LINK: <https://giornalenordest.it/partnership-fra-pordenone-fiere-e-la-camera-di-commercio-del-litorale-sloveno/>

BREAKING NEWS

Al GranFiume raccolta di libri da donare



Cerca...



HOME

VENETO

FRIULI VENEZIA GIULIA

TREVISO

VENEZIA

PORDENONE

SPETTACOLI

PRENDI NOTA

CURIOSITÀ

VIDEO

RUBRICHE ▾

Home -> Breaking News -> Partnership fra Pordenone Fiere e la Camera di Commercio del litorale sloveno



la firma dell'intesa

Partnership fra Pordenone Fiere e la Camera di Commercio del litorale sloveno

in Breaking News, Pordenone 19 Novembre 2019 0 5 Visite

Una partnership improntata sulla volontà di incrementare le relazioni fra Italia e Slovenia, alimentando sempre di più l'interscambio fra i due paesi e favorendo la partecipazione di imprese e cittadini sloveni agli eventi proposti dalla Fiera di Pordenone.

Questo è uno degli input alla base dell'accordo pluriennale sottoscritto lunedì 18 novembre, a Capodistria, fra Pordenone Fiere, nella persona del Presidente Renato Pujatti, e la Camera di Commercio ed Industria regionale del Litorale sloveno, rappresentata dal CEO Robert Rakar.

La collaborazione vedrà, da un lato, la promozione da parte della Camera di Commercio degli eventi presenti nel calendario di Pordenone Fiere a imprese e cittadini locali, incoraggiando la loro partecipazione come espositori e visitatori.

L'intento è cercare di incentivare il processo di internazionalizzazione, sostenendo il dialogo con un paese limitrofo e permettendo di consolidare le partnership commerciali.

Dal canto suo, la Fiera metterà in atto delle agevolazioni per favorire la presenza di tali aziende e cittadini alle varie manifestazioni in programma.

Obiettivo della collaborazione è cercare di cogliere le potenzialità derivanti dalle relazioni con i paesi esteri, configurandosi come partner in termini di business, senza tralasciare gli aspetti di carattere turistico e culturale.

In quest'ottica, Pordenone Fiere lavora continuamente per stimolare l'internazionalizzazione delle PMI non solo del Nord Est, ma anche di tutta Italia.

Su questa traiettoria di sviluppo si muovono infatti le fiere internazionali presenti nel calendario pordenonese (ve ne sono ben sette), che rappresentano dei veri e propri punti di riferimento per i settori cui sono dedicate: legno-arredo, meccanica, enologia, solo per citarne alcuni.

“L'accordo appena sottoscritto – che segue quello siglato nel mese di settembre con la Camera di Commercio Estero della Bosnia ed Erzegovina – si inserisce nel nostro ampio progetto di internazionalizzazione, che ci porta a guardare sempre di più oltre confine, alla ricerca di nuove opportunità.

Come Pordenone Fiere, continuiamo inoltre a lavorare sulla qualità ed esclusività dei nostri eventi, al fine di attrarre un numero crescente di espositori e visitatori da altri paesi” dichiara il Presidente Pujatti.

“Colgo l'occasione per ringraziare il dott. Maurizio Tremul dell'Unione Italiana per aver creato questa opportunità di confronto e scambio con la Camera di Commercio ed Industria regionale del Litorale sloveno, sfociata poi nell'accordo che ci permetterà di sviluppare ulteriormente le relazioni con la Slovenia” conclude Pujatti.



TAG: [PORDENONE FIERE PARTNERSHIP](#) [PORDENONE FIERE SLOVENIA](#)



Articolo Precedente
[Al GranFiume raccolta di libri da donare alla libreria Acqua Alta di Venezia](#)

LEGGI ANCHE...



Al GranFiume raccolta di libri da donare alla libreria Acqua Alta di Venezia

🕒 19 Novembre 2019



Pordenone/Daspo di un anno ad allenatore squadra giovanile

🕒 19 Novembre 2019



L'australiano Jonathon Ramsay vince il 30° Concorso Internazionale "Città di Porcia"

🕒 19 Novembre 2019



Pordenone/Martedì scuole chiuse

🕒 18 Novembre 2019



Arrestato nonno 70enne per violenza sessuale aggravata sulle nipoti

🕒 18 Novembre 2019



Peggioramento meteo anche sul Fvg

🕒 18 Novembre 2019

LASCIA UN COMMENTO

Il tuo indirizzo email non verrà pubblicato. I campi obbligatori sono evidenziati *

Nome *

Email *

Sito Web

[Pubblica Commento](#)

GNE È UN MARCHIO



VISITA LA PAGINA FB DI GIORNALE NORD EST





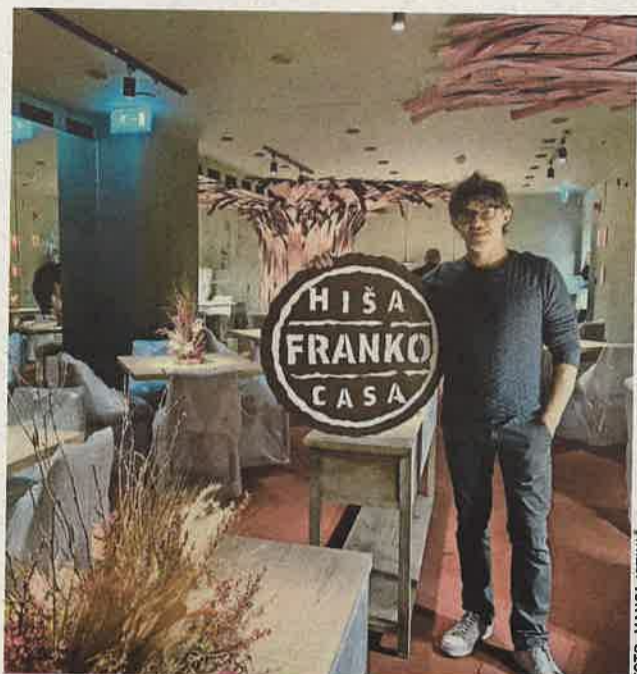


FOTO: MANCA ISTINIC

MADRID

Hiša Franko se za tri tedne seli v Madrid

• Danes začenja ekipe Hiše Franko prav posebno zgodbo v NH hotelu Eurobuilding v Madridu. #InResidence je projekt tamkajšnje svetovalne agencije Mateo&Co, v katerem ponujajo gostujočo visoko kuhinjo v španski prestolnici. Lani je gostoval Mauro Colagreco iz Mirazurja na Azurni obali, ki so ga letos imenovali za najboljšega kuharja na lestvici World's 50 Best Restaurants, letos pa so povabili ekipo Hiše Franko na čelu z Anom Roš in Valterjem Kramarjem. "Menu bo domala enak kot doma. Vse smo vzeli s seboj, zaradi svežine se bomo odrekli le

postrvim. Točili bomo izključno slovenska vina, le za aperitiv bo andaluzijski šeri," je povedala Ana Roš, ki je včeraj zaklenila vrata v Starem selu in odšla za ekipo, ki je že nekaj dni v Madridu. "28 nas bo tri tedne tam, z nami bo tudi naš kuža," je še dodala. Prostor v hotelu so španski arhitekti uredili v duhu Hiše Franko, Ana Roš pa pričakuje velik odmev v Španiji in povečan obisk španskih gostov v Sloveniji v prihodnjih mesecih. Doma bodo goste spet sprejeli 4. decembra. Še to večerja v Madridu s priporočeno vinsko spremljavo bo stala 275 evrov. • DS

KOPER • Sporazum med PGZ in pordenonskim sejmiščem

Na sejmihi posle sklepajo v živo

Primorska gospodarska zbornica in Sejmišče v Pordenonu (Fiera di Pordenone) bosta še tesneje povezana. Včeraj so v Kopru podpisali sporazum, ki odpira še več možnosti za sodelovanje podjetij z obeh strani meje.

• Pordenonsko sejmišče je največje tovrstno središče v sosednji regiji Furlanija Julijska krajina, ki je že vrsto let zanimivo za številna slovenska podjetja in tudi obiskovalce. "Sejmišča na

Primorskem ni. Zato je logično, da skušamo še poglobiti sodelovanje s pordenonskim," pravi Robert Rakar, direktor Primorske gospodarske zbornice (PGZ).

Slovenskim podjetjem bo sodelovanje s pordenonskim sejmiščem omogočilo predstavitev dejavnosti in večjo prepoznavnost na italijanskem trgu, ne samo v Furlaniji Julijski krajini. "Osebnost je izjemno pomemben. Posle se sklepa med ljudmi, v živo, ne za računalniki," še meni Rakar.

Sodelovanje odpira več poslovnih priložnosti, tudi razvojnih, pa poudarja prvi

mož pordenonskega sejmišča Renato Puiatti. "Slovenska podjetja in podjetja iz naše regije so lahko partnerji. Lahko izkoristijo prodajne mreže drug drugega in si tako brez dodatnih stroškov povečajo trg in prodajo. Skupaj smo lahko uspešnejši." Med sejmi, ki jih prirejajo v Pordenonu, še posebej izstopajo tisti, na katerih se podjetja s področij, kot so vrtnarstvo, vertikalno kmetijstvo, prehrana, ribogojstvo in gojenje školjk, oprema za vinogradnike in kletarje, predelava kovin in plastike ...

Sporazum bo članom Primorske gospodarske zbornice omogočal ugodnosti pri sejmskih nastopih in oglaševanju v sejmskih marketinških orodjih.

Sejmi v Pordenonu že zaradi bližine pritegnejo več podjetij in obiskovalcev z Goriškega, a sodelovanje se začenja s Primorsko zbornico. Za to pobudo je "kriv" predsednik Italijanske unije Maurizio Tremul: "Za zainteresirani smo za povezovanje in za tkanje vezi, italijanska manjšina je lahko pri tem most." • SR



FOTO: ZDRAVKO PRIMOŽIČ/FPA

Direktor Primorske gospodarske zbornice Robert Rakar (levo) in prvi mož pordenonskega sejmišča Renato Puiatti sta podpisala sporazum o sodelovanju.

POD MILIM NEBOM

SAŠO
DRAVINEC

Gastronomski vodniki so tako spodbuda kot obveza

Sredi prejšnjega tedna so v ljubljanskem hotelu Slon razglasili najboljšo iz gastronomskega vodnika Gault&Millau za leto 2020. Sredi marca bo podobna svečanost, tudi udeleženci bodo v največji meri isti, sicer sorodna pričakovanja pa veliko večja. Takrat bo namreč znano, komu bodo Michelinovi inšpektorji, ki že nekaj časa obiskujejo slovenske gostilne, namenili priporočilo in komu celo zvezdico, dve ali tri v najstarejšem in najbolj znamenitem gastronomskem vodniku. Brata Michelin sta ga prvič izdala za takrat redke voznike leta 1900, v njem pa sta ob avtomobilskih servisih omenila še gostilne in prenočišča. Od leta 1926 vodnik podeljuje tudi zvezdice za zelo dobro, odlično in izjemno kuhinjo. Slovenija bo zagotovo ujela kakšno, koliko jih bo, pa je za zdaj predvsem predmet špekulacij.

Michelin bo vendarle zajel tudi Slovenijo. Začelo se je pred dobrim desetletjem, ko naj bi inšpektorji že hodili po naših krajih, a je načrtovano širitev italijanskega vodnika na Slovenijo in Hrvaško preprečilo varčevanje ob grozeči gospodarski krizi. Pred slabimi tremi leti je Michelin v svoje ozvezdje umestil Hrvaško, kar je spodbudilo prespraševanje, kdaj pride v Slovenijo. Obenem je bilo jasno, da sami od sebe ne bodo prišli, saj Slovenija pač ni tržišče, na

katerem bi prodali dovolj vodnikov, da bi se jim projekt splačal. Sploh pa je njihov poslovni model v zadnjem desetletju vse bolj naslonjen na sodelovanje z nacionalnimi turističnimi organizacijami, kar je utrla pot michelinovim zvezdicam v številne azijske države, seveda tudi na Hrvaško in slednjič v Slovenijo.

O tem, v kolikšni meri uvrstitev v Michelin spodbudi gastronomski turizem, razpravljajo na več koncih sveta. Zadeva je na vsak način večplastna, začne pa se pri tem, da Michelin na novo obravnava okoližja oziroma države, kjer imajo za to interes, ki temelji na razvijajoči se gastronomski ponudbi. Uvrstitev v Michelinov vodnik pomeni mednarodno primerljivost, njen promocijski naboj pa je potencial, ki ga mora v pomembni meri aktivirati okolje samo. Tako kot za vse tovrstne vodnike velja, da gre na eni strani za priporočilo dobrotjedca, na drugi strani pa tudi za dejavnik kakovosti, saj se morajo gostinci tako za uvrstitev na listo kot za ohranitev na njej dokazovati s kakovostjo ponudbe in storitev. Nemara je prav to, da so dejavnik razvoja gastronomije, ključno pri gastronomskih vodnikih. Michelin je seveda tudi svojevrsten prestiž, a ga je, kot vsako priporočilo, treba jemati po pameti in zavedaajoč se, da so okusi in pričakovanja

gostov različni. V Sloveniji se nobenemu domačemu (tiskanemu) gastronomskemu vodniku ni uspelo obdržati, tudi pri spletnih je precejšnje vprašanje koherentnost. Slovenija je majhna in očitno nobena dosedanja domača zamisel ni imela dovolj notranje energije, da bi jo posvojila uradna turistična propaganda, ki se je slednjič naslonila na franšizo Gault&Millau, nad vse uspešno in vplivno v sosednji Avstriji ter v prvem letu prodorno tudi pri nas, in z veliko, veliko izdatnejšo finančno injekcijo zdaj še na Michelin, ki je Slovenijo že začel spremljati v svojih komunikacijskih kanalih.

Za učinkovit nastop se bo ob impulzih od zgoraj in od zunaj potrebno zganiti tudi v bazi. Povezovanje ponudnikov na zokroženih območjih preverjeno prinaša rezultate, zmanjšuje prazni tek in nepotrebno podvajanje vlog. Povezava med kmetijstvom in gostinstvom ima v Sloveniji še posebej izrazit potencial, saj so vrhunska živila temelj in konkurenčna prednost tukajšnje gastronomije. Zaradi tega se mora mednarodna promocija odsevati tudi v domačem prostoru: z nenehnim izobraževanjem, spodbujanjem čim bolj učinkovite organizacije in nenazadnje kakovostnim in tvornim komuniciranjem z domačimi potrošniki in vsemi domačimi javnostmi. •



Uvrstitev v Michelinov vodnik pomeni mednarodno primerljivost, njen promocijski naboj pa je potencial, ki ga mora v pomembni meri aktivirati okolje samo.