



Io sono Friuli Venezia Giulia arriva nell'area di servizio Gonars Nord sull'A4

Descrizione

Il marchio Io sono Friuli Venezia Giulia arriva nelle aree di servizio. Per la prima volta in Italia un marchio che promuove e valorizza la produzione agroalimentare regionale avrà un suo corner dedicato all'interno di un'area di servizio autostradale. L'iniziativa, sotto l'egida della Regione Friuli Venezia Giulia, nasce grazie a un lavoro di squadra tra Autostrade Alto Adriatico, concessionaria autostradale del Nordest con socio di maggioranza la Regione Friuli Venezia Giulia, PromoTurismoFVG, Fondazione Agrifood Fvg e Chef Express, marchio del Gruppo Cremonini, leader in Italia nei contesti di viaggio, con più di 600 punti vendita tra aree di servizio autostradali, stazioni ferroviarie e aeroporti. Il corner Io sono Friuli Venezia Giulia è collocato nell'area di servizio di Gonars Nord targata Chef Express, una delle più frequentate sull'autostrada A4 Venezia-Trieste, baricentro del traffico merci e trasporto di persone con oltre 54 milioni di transiti nel 2025, di cui 11 milioni nel periodo estivo, porta dall'Italia e corridoio est-ovest dell'Europa. Nel 2025 nel punto vendita di Gonars Nord hanno fatto il loro ingresso 1 milione 309 mila visitatori e clienti. Di questi 640 mila nel solo periodo estivo, quando si registrano i maggiori afflussi per effetto dell'esodo e controesodo. Infatti, l'area di servizio di Gonars Nord ha una posizione strategica invidiabile, in quanto è al centro di due fondamentali direttrici e intercetta, quindi, i viaggiatori e i lavoratori provenienti dal Centro Est Europa verso il Nord Italia, attraverso la A4 (Trieste - Venezia) ma anche i turisti provenienti da Oltralpe e quindi da Austria e Germania che scendono dall'autostrada A23 (Tarvisio - Palmanova).

Il corner sarà dedicato alla promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari regionali a marchio Io sono Friuli Venezia Giulia (a garantire la tracciabilità e la sostenibilità delle materie prime) e l'area sarà appositamente personalizzata con il brand regionale. All'interno saranno presenti, al momento, i prodotti delle seguenti aziende aderenti al marchio: Vie Alt (vino); Macoritto Valentino (panificati); Pasticceria Mosaico e Cocambo (prodotti dolciari); Pomis (prodotti a base di mela); Piva (prodotti friulani e frico); Birrificio Foran (birra); Dorbol (prodotti dolciari). Si tratta in tutto di referenze selezionate da Chef Express che ben rappresentano le eccellenze territoriali della nostra regione. Una iniziativa analoga già sperimentata con successo nella zona partenze del Trieste Airport di Ronchi dei Legionari, sebbene gravata dalle limitazioni per i bagagli aerei, sta dando molta

soddisfazione ai produttori. A completamento dell'allestimento di Gonars, saranno inoltre presenti monitor dedicati alla riproduzione di contenuti video promozionali del territorio realizzati da PromoTurismoFVG, nonché video e materiali di pertinenza di AgrifoodFVG, con l'obiettivo di accompagnare la presentazione dei prodotti con una più ampia comunicazione delle eccellenze e dell'offerta enogastronomica del territorio regionale.

Io sono Friuli Venezia Giulia non solo un logo promozionale ma l'espressione di questo territorio ha detto oggi all'inaugurazione Sergio Emidio Bini, assessore al turismo e alle attività produttive della Regione Friuli Venezia Giulia il nostro impegno, come amministrazione regionale, da anni orientato a una comunicazione coordinata per la promozione della variegata offerta del Friuli Venezia Giulia, attraverso le sue molteplici identità. Uno dei nostri più apprezzati biglietti da visita è sicuramente l'enogastronomia e oggi, qui, inauguriamo un ulteriore tassello di un percorso di valorizzazione che vuole i nostri prodotti come ambasciatori del Friuli Venezia Giulia, per la prima volta presenti in un'area di sosta come servizio in più ai tanti turisti che percorrono e si fermano lungo questa importante direttrice. Un modo concreto per accogliere chi attraversa la nostra regione e invitarlo a scoprirne il patrimonio di sapori e tradizioni, di qualità ed eccellenza.

La mobilità è un impulso per il settore turistico e per l'enogastronomia ha aggiunto Marco Monaco, presidente di Autostrade Alto Adriatico. E la conferma arriva proprio dalle nostre autostrade che sono le principali direttrici per chi viaggia in questa stagione verso i litorali del Nordest e in particolare del Friuli Venezia Giulia. Autostrade Alto Adriatico non si limita, quindi, a diventare un semplice vettore del passaggio di milioni di mezzi, ma contribuisce a promuovere i prodotti del territorio valorizzandoli nelle aree di servizio e favorendo così un turismo sempre più esperienziale e accessibile a tutti i visitatori. L'obiettivo è quello di replicare questa iniziativa anche nelle altre aree di servizio che possono diventare il ponte ideale tra le nostre infrastrutture e il turismo.

Mostrare ai milioni di potenziali consumatori che attraversano la nostra regione alcune eccellenze agroalimentari è un'opportunità strategica per la quale ringrazio tutti i partner coinvolti nell'apertura di questo corner commenta Pier Giorgio Sturlese, presidente della Fondazione Agrifood FVG. I viaggiatori potranno così conoscere e portare a casa non soltanto prodotti di altissima qualità, ma spero soprattutto il nostro modo di farli, perché il progetto Io Sono Fvg è nato e cresciuto per sostenere un modello produttivo fondato sulla sostenibilità a 360 gradi: ambientale, sociale ed economica. Inoltre, non va dimenticato che oggi a livello regionale l'unica iniziativa di promozione capace di coordinare e restituire valore a così tante imprese di diversi settori, territori e comunità con un unico segno di identità. Non poco se ricordiamo da dove siamo portati appena 5 anni fa.

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Agosto 6, 2026

Autore

redazione

default watermark