


The background of the entire page is a scenic landscape of terraced vineyards in Friuli Venezia Giulia. In the foreground, a large, gnarled tree trunk is visible, with its roots spreading across the dark soil. The vineyards are arranged in neat rows on the hillsides, and a small town is visible in the distance under a soft, golden light.

# IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA CONNESSIONI D'ECCELLENZA

Udine, 31 marzo 2026

IO SONO  
FRIULI  
VENEZIA  
GIULIA  
  
[www.turismofvg.it](http://www.turismofvg.it)

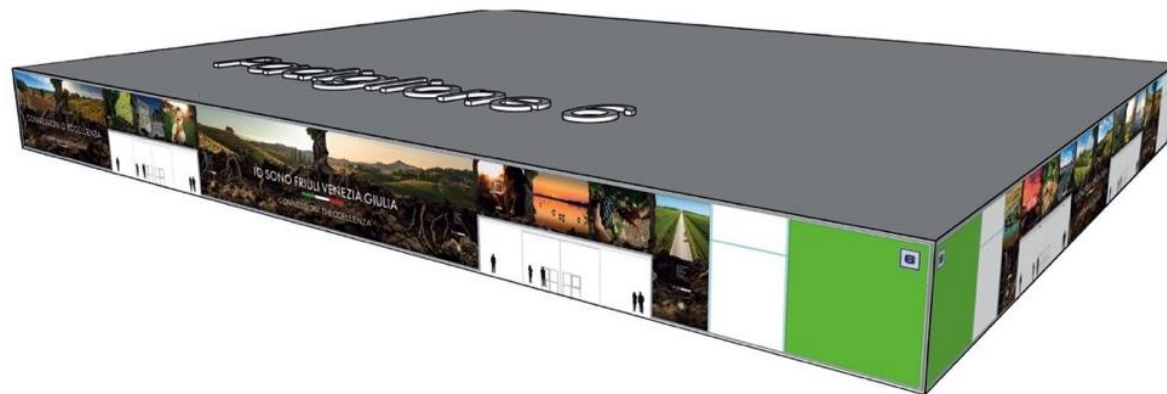
**ersa**  REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA  
Agenzia regionale per lo sviluppo rurale



# IL FRIULI VENEZIA GIULIA A VINITALY

**Dal 12 al 15 aprile**  
**Veronafiere - Padiglione 6**

**INAUGURAZIONE:**  
**12 aprile 2026**  
**ore 14.00**  
**piazza centrale**



IO SONO  
FRIULI  
VENEZIA  
GIULIA  
[www.turismo.fvg.it](http://www.turismo.fvg.it)

ersa  
Agenzia regionale per lo sviluppo rurale



vinality

# ERSA E PROMOTURISMOFVG: SQUADRA COLLAUDATA

➤ **LR 7/2024:** nuovo assetto per la promozione del settore agroalimentare regionale: definite attività in capo a ERSA e PromoTurismoFVG per maggiore sinergia

**4 TAPPE: WineParis, ProWein, Vinitaly e London Wine Fair**

## ERSA:

- bandi di **selezione** per le imprese che partecipano alle collettive
- **selezione 80 aziende** partecipanti alla collettiva
- selezione **7** imprese nel padiglione BIO

# ERSA: LA RICCHEZZA IN BOTTIGLIA



Il FVG si presenta con uno **stand collettivo** in due padiglioni (al 6 e al Bio) **sistema elettronico** di presentazione delle domande

## ENOTECA

Massima rappresentatività della viticoltura regionale

- **4** etichette per azienda
- vini di **124** imprese
- **496** vini rappresentativi di **11** zone DOC e **2** zone IGT
- quasi **30** diverse tipologie di vini bianchi e rossi

## IL FVG SI RICONFERMA AL PADIGLIONE BIO

- **7** aziende vitivinicole del FVG
- **74** mq al padiglione C Organic Hall



# VINITALY, VETRINA D'ECCELLENZA

Promuovere non solo il comparto,  
ma l'intero territorio del Friuli Venezia Giulia

## PROMOTURISMOFVG:

- **gestione** della collettiva regionale, enoteca, sala degustazioni e lounge, servizi accessori, eventi, personale
- **allestimento** degli spazi
- coordinamento e **organizzazione** dei contenuti proposti
- **comunicazione** e **promozione** del territorio e della manifestazione

# LE NOVITA'

L'identità prende forma, l'immagine coordinata cresce

- **31 aziende fuori dalla collettiva uniformate all'immagine coordinata**
- lo **stand Bio** riprende il concept e la linea dello stand principale
- **welcome party e presentazione** del territorio
- collaborazione con l'ateneo di Udine per **promuovere corsi in enologia e viticoltura**

# LO STAND FRIULI VENEZIA GIULIA



IO SONO  
FRIULI  
VENEZIA  
GIULIA  
[www.turismo.fvg.it](http://www.turismo.fvg.it)

ersa   
Agenzia regionale per lo sviluppo rurale



  
vitaly

# IL CONCEPT

La visione per l'allestimento del Vinitaly mira a raccontare il Friuli Venezia Giulia sotto una luce più ampia e completa, puntando da un lato a rafforzare il sistema vino, dall'altro a raccontare la regione nei suoi contenuti e valori legati al turismo: l'enogastronomia, la cultura, il territorio.

Il nuovo allestimento, inaugurato nel 2025, vuole essere di forte impatto, attrattivo e diventare per i visitatori una meta imprescindibile e riconoscibile nel tempo.

# I MESSAGGI



## DIVERSITÀ = UNICITÀ

Una regione unica nella sua varietà, con un'incredibile biodiversità e che produce un vino con proprietà differenti, influenzate dagli elementi naturali.

## LA CENTRALITÀ DELL'UOMO

In un mondo pervaso dal virtuale, l'essere umano assume nuova importanza: gesti semplici, maestria nel fare, imprevedibile creatività e anche imperfezione. Il sapere dell'uomo è ciò che fa davvero la differenza.



# I MESSAGGI

## COMFORT E FUNZIONALITÀ

Utilizzare materiali con proprietà acustiche per smorzare la confusione ambientale, preferibilmente naturali per garantire il benessere di chi li 'abiterà'.

## VIRTUALE E TANGIBILE

Lo stand mantiene un giusto equilibrio tra virtuale e tangibile. Da un lato il fatto a mano, l'imperfetto, l'artigianalità, dall'altra monitor digitali e grandi videowall.

## COLORE E FUNZIONALITÀ

Nell'ottica di rendere il nuovo stand di forte impatto e attrattivo per i visitatori, la scelta di utilizzare un colore riconoscibile e l'impiego di materiali con diverse texture e sfumature giocano un ruolo fondamentale nel progetto.



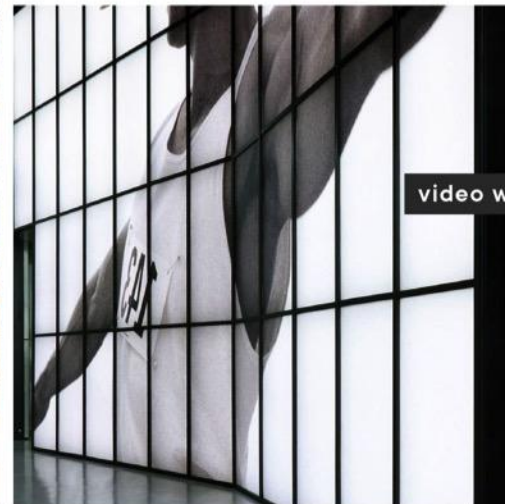
concetto spaziale: i filari delle vigne



leggerezza aerea



video wall immersivi



tonalità della terra



elementi concreti e materici



celebrazione del prodotto



IO SONO  
FRIULI  
VENEZIA  
GIULIA  
[www.turismo.fvg.it](http://www.turismo.fvg.it)

ersa  
Agenzia regionale per lo sviluppo rurale

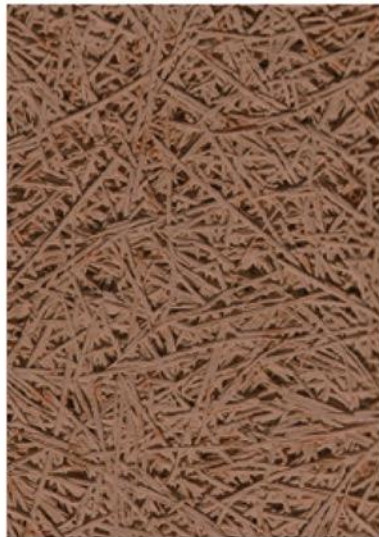


vitaly

colori della terra



lana di legno fonoassorbente



monitor integrati



teli leggeri e colorati

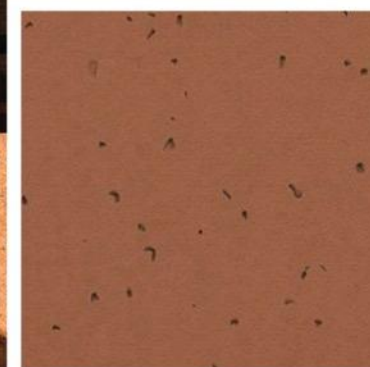


parole luminose

legno di recupero



effetto terra battuta











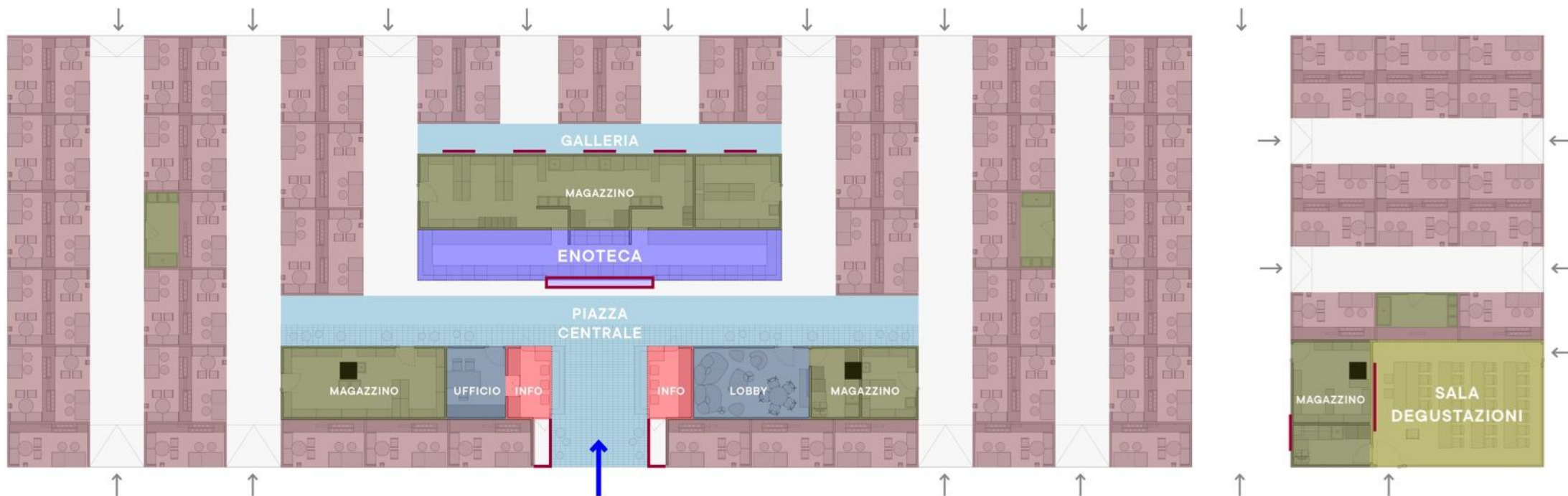
linoleum colorato

mattonelle in pietra



# LO STAND FRIULI VENEZIA GIULIA

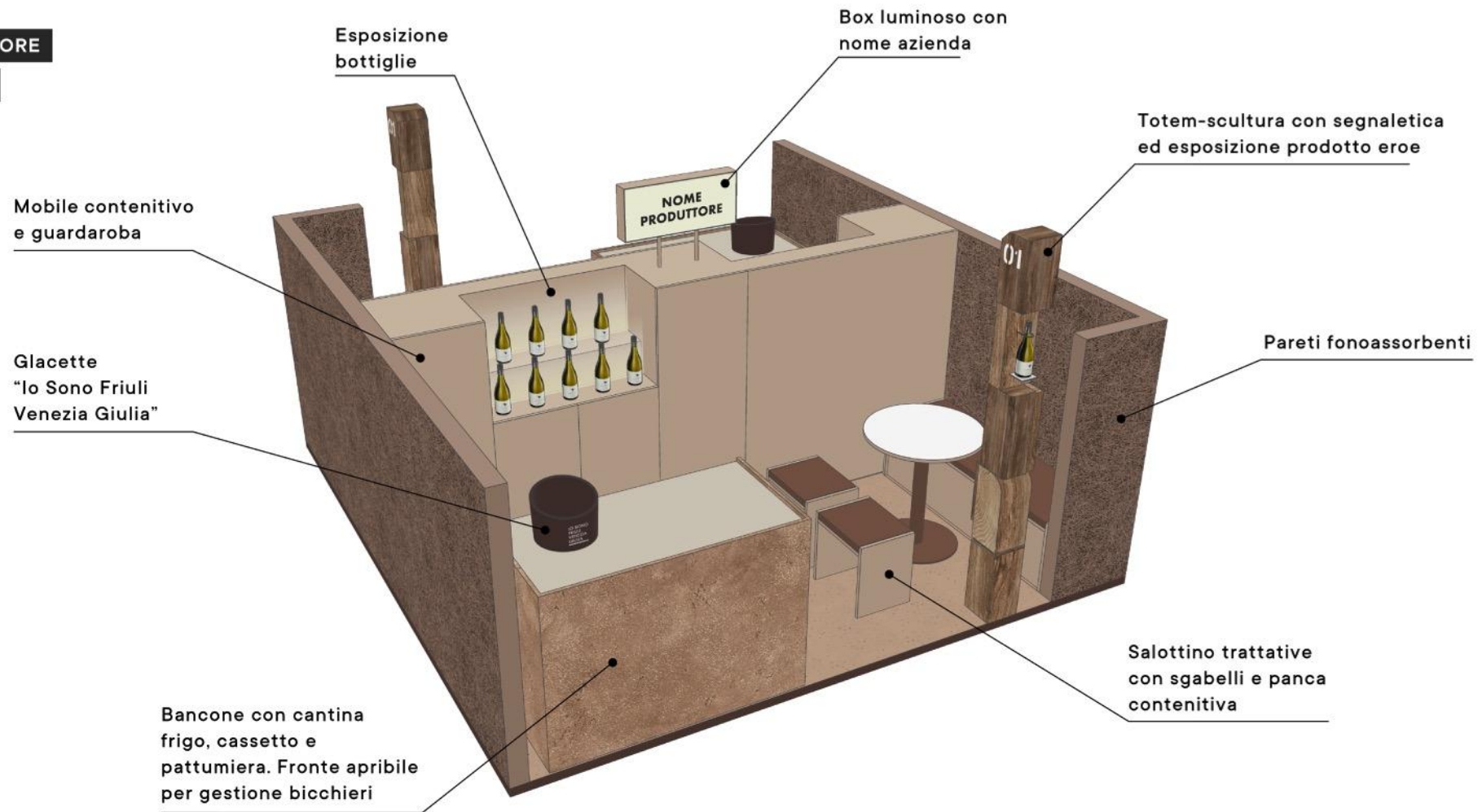
	80 postazioni produttori		132 mq di spazi tecnici		sala degustazioni da 25 posti
	2 info point		spazi di rappresentanza		56 mq di monitor e videowall
	22 metri lineari di bancone		aree comuni		



**STAND PRODUTTORE**

**80 POSTAZIONI**

**8 MQ**



# I NUMERI

- **1.500** mq di stand
- **80** produttori in collettiva
- **31** aziende extra collettiva con grafica allineata
- **5.760** bottiglie in degustazione in collettiva
- quasi **1.400** vini in degustazione in enoteca
- **25** posti nella sala degustazioni e masterclass
- **15** appuntamenti in sala degustazioni
- **2** infopoint
- **1** sala lounge
- **55** produttori fuori dalla collettiva
- **25** aziende del territorio per la realizzazione dell'evento
- **7** aziende nel padiglione Bio
- **2** eventi speciali

# A VINITALY L'ECCELLENZA DEL TERRITORIO

26 realtà coinvolte per la **progettazione** e **realizzazione** dello stand

## PRODUZIONE E CONTENUTI DELLO STAND

Progettazione e design - Visual Display S.r.l.

Allestimento - Allestimenti Benfenati S.p.A

## AZIENDE DEL FRIULI VENEZIA GIULIA COINVOLTE

Grafiche - Emporio Adv s.r.l. a socio unico – Rossella Fantini

Audio e video - Pixel S.r.l.

Catering – Osteria Da Alvise

Servizio Sommelier - Ais FVG E Fisar Udine

Trasporti - Taboga Autotrasporti s.r.l.; Ceccarelli Group Transfriuli s.r.l.

Servizio Prenotazioni - Eilo s.r.l.

Arredamenti - Arredamenti Livon S.r.l., Artigianato Clautano, Billiani S.r.l., Fantoni S.p.a., Gervasoni S.p.A., Mattiazzi S.r.l., Moroso S.p.A., Passoni Design S.r.l., Rumiz F.lli S.r.l., Sams S.r.l., Sedia Elite S.r.l., Sipa S.r.l., Zilio A&C S.r.l.

Fornitura del prodotto: Consorzio del Prosciutto di San Daniele e Consorzio Tutela del Formaggio Montasio

# I DATI DEL VINO

## Esportazioni della classe Ateco 2007 " Vini di uve" per regione - Anni 2024-2025

(valori in migliaia di euro e quote<sup>(a)</sup> percentuali sul totale Italia)

REGIONI	2024		2025 <sup>(b)</sup>	
	Valori	Quote %	Valori	Var%
Piemonte	1.176.413	14,6	1.151.108	-2,2
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	3.545	..	2.936	-17,2
Lombardia	309.442	3,8	331.427	7,1
Trentino-Alto Adige/Südtirol	599.847	7,4	553.940	-7,7
Veneto	2.961.822	36,7	2.927.621	-1,2
Friuli-Venezia Giulia	220.020	2,7	238.176	8,3
Liguria	14.002	0,2	15.534	10,9
Emilia-Romagna	466.923	5,8	432.846	-7,3
Toscana	1.194.116	14,8	1.169.705	-2,0
Umbria	30.902	0,4	33.403	8,1
Marche	59.310	0,7	57.454	-3,1
Lazio	74.077	0,9	69.705	-5,9
Abruzzo	264.083	3,3	228.946	-13,3
Molise	9.624	0,1	5.613	-41,7
Campania	41.742	0,5	46.572	11,6
Puglia	228.721	2,8	242.151	5,9
Basilicata	1.655	..	1.922	16,2
Calabria	6.371	0,1	5.691	-10,7
Sicilia	150.900	1,9	153.266	1,6
Sardegna	24.453	0,3	22.506	-8,0
Regioni diverse e non specificate <sup>(c)</sup>	240.452	3,0	88.656	-63,1
<b>Italia</b>	<b>8.078.418</b>	<b>100,0</b>	<b>7.779.179</b>	<b>-3,7</b>

Dati Istat analizzati da WineNews

# SINERGIA VINCENTE

**Il Friuli Venezia Giulia rafforza la propria presenza internazionale grazie a un modello integrato di promozione e a performance export positive**

## Il contesto nazionale

Export vino Italia 2025: **-3,7%**

FVG in controtendenza: **+8,3%**

Crescita superiore rispetto a molte regioni competitor

## Il sistema FVG

Collaborazione strutturata **ERSA + PromoTurismoFVG**

**Gestione integrata:** collettiva, enoteca, eventi e promozione

**Forte interesse** delle imprese (si amplia la partecipazione)

## Le tappe internazionali

**Wine Paris:** 30 aziende + forte domanda

**ProWein:** oltre 40 buyer internazionali coinvolti

**Vinitaly:** 3° appuntamento strategico

**London Wine Fair:** prossima tappa (18-20 maggio)

# GRAZIE PER L'ATTENZIONE

IO SONO  
FRIULI  
VENEZIA  
GIULIA



[www.turismofvg.it](http://www.turismofvg.it)

**ersa**  REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA

Agenzia regionale per lo sviluppo rurale

