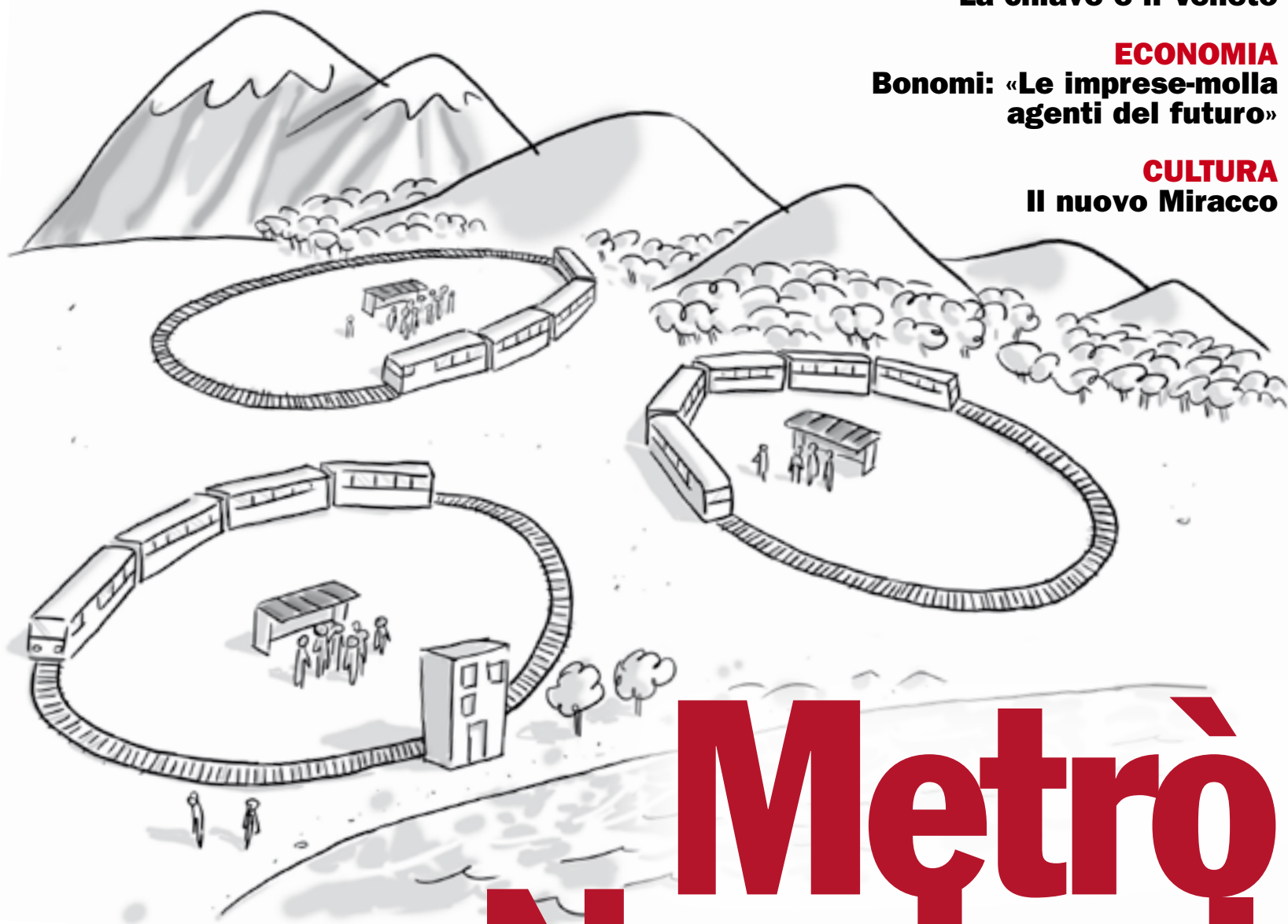


nordest
europa.it

POLITICA
Lega senza Bossi?
La chiave è il Veneto

ECONOMIA
Bonomi: «Le imprese-molla
agenti del futuro»

CULTURA
Il nuovo Miracco



Metrò Nordest

Progetti, suggestioni, studi. In tutta la macroarea si contano sei disegni diversi di mobilità veloce su rotaia. Si muove la periferia mentre il centro resta al passo. Mancano una visione d'insieme, il dialogo tra le spinte locali, in alcuni casi i fondi, in altri il traffico. L'obiettivo è ambizioso: togliere auto dalla strada. Ma anche risparmiare tempi e costi



INNOVARE LA SOSTENIBILITÀ



Abbiamo il verde in testa

Cosa significa oggi fare impresa e relazionarsi un consumatore consapevole? Secondo gli ultimi dettami del marketing moderno le strategie che le aziende stanno adottando saranno orientate verso un coinvolgimento sempre più marcato del consumatore, facendo leva sui valori e il credo in cui lo stesso si riconosce. Il marketing non può prescindere dal considerare la dimensione sociale come parte integrante delle proprie azioni. Ma il consumatore è così sprovveduto da non percepirlo? Crediamo l'esatto opposto. Come agenzia di comunicazione la nostra specializzazione nel green marketing nasce dal desiderio di applicare i valori che muovono la persona all'azienda, condividendoli attraverso una serie di attività che coinvolgano con trasparenza il pubblico. Per questa ragione nel novembre del 2009 è nato il portale greenfvg.it, una vetrina del lavoro che le aziende e le pubbliche amministrazioni operano in Friuli Venezia Giulia per la sostenibilità ambientale. Un contenitore di progettualità ed idee che è poi sfociato in un evento annuale, Greenfactor, giunto quest'anno alla sua seconda edizione, per far incontrare i protagonisti della green economy. La nostra forza è la stessa che fa muovere la rete e le sue logiche. Ogni elemento è strettamente connesso agli altri e rappresenta per ognuno uno stimolo di sviluppo e di crescita. La seconda edizione di Greenfactor (EOS - Exposition Of Sustainability, dall'11 al 14 maggio 2011 a Udine Fiere) ha visto trionfare Vittorio Bearzi con un progetto sulla riqualificazione energetica e l'architettura bioclimatica del nuovo ospedale S. Maria degli Angeli di Pordenone. Il Premio, con le sue 40 candidature in concorso, ha fatto emergere la quantità di eccellenze che sono presenti sul nostro territorio ed in questo senso rappresenta un caso unico, in quanto mette in rete l'ambito educativo, sociale, istituzionale ed economico. Greenfactor accanto al premio ha poi offerto durante le diverse giornate di fiera diversi contenuti per approfondire i temi più innovativi in campo di sostenibilità: tetti verdi, cantine sostenibili, smart cities, fotovoltaico, una panoramica sulla funzione informativa che il portale greenfvg.it porta avanti tutto l'anno.

Far crescere sul proprio territorio le grandi idee imprenditoriali, collaborare alla comunicazione dell'eccellenza del made in Italy e promuovere lo sviluppo di nuovi progetti, sono i concetti che fanno muovere l'anima di Friulimmagine attraverso l'evento, il premio, il portale, e per queste ragioni dal 2011 ha scelto di diventare anche agenzia di comunicazione MAD, prima a livello regionale, per unirsi a tutti coloro che vogliono esprimere il loro orgoglio di essere un'azienda italiana. Attraverso questo nuovo impegno si vuole dare un messaggio positivo e condividere con le nuove generazioni la convinzione che la forza delle idee sia il campo in cui la nostra regione può ancora battersi con successo. Non made in Italy, ma "Mad in Italy", perché il coraggio, la lungimiranza, la creatività ma anche un pizzico di "lucida follia" di chi è rimasto continueranno a farci grandi. Il nuovo pay - off dell'agenzia è "abbiamo il verde in testa", verde come natura e come freschezza delle idee a cui diamo il tempo e lo spazio di germogliare.

Friulimmagine

Centro Città Fiera
Area direzionale 2° piano
Via Antonio Bardelli, 4
33035 Martignacco (Ud)
Tel. 0432 544615
Fax 0432 544616
www.friulimmagine.com
www.greenfvg.it
www.greenfactor.it