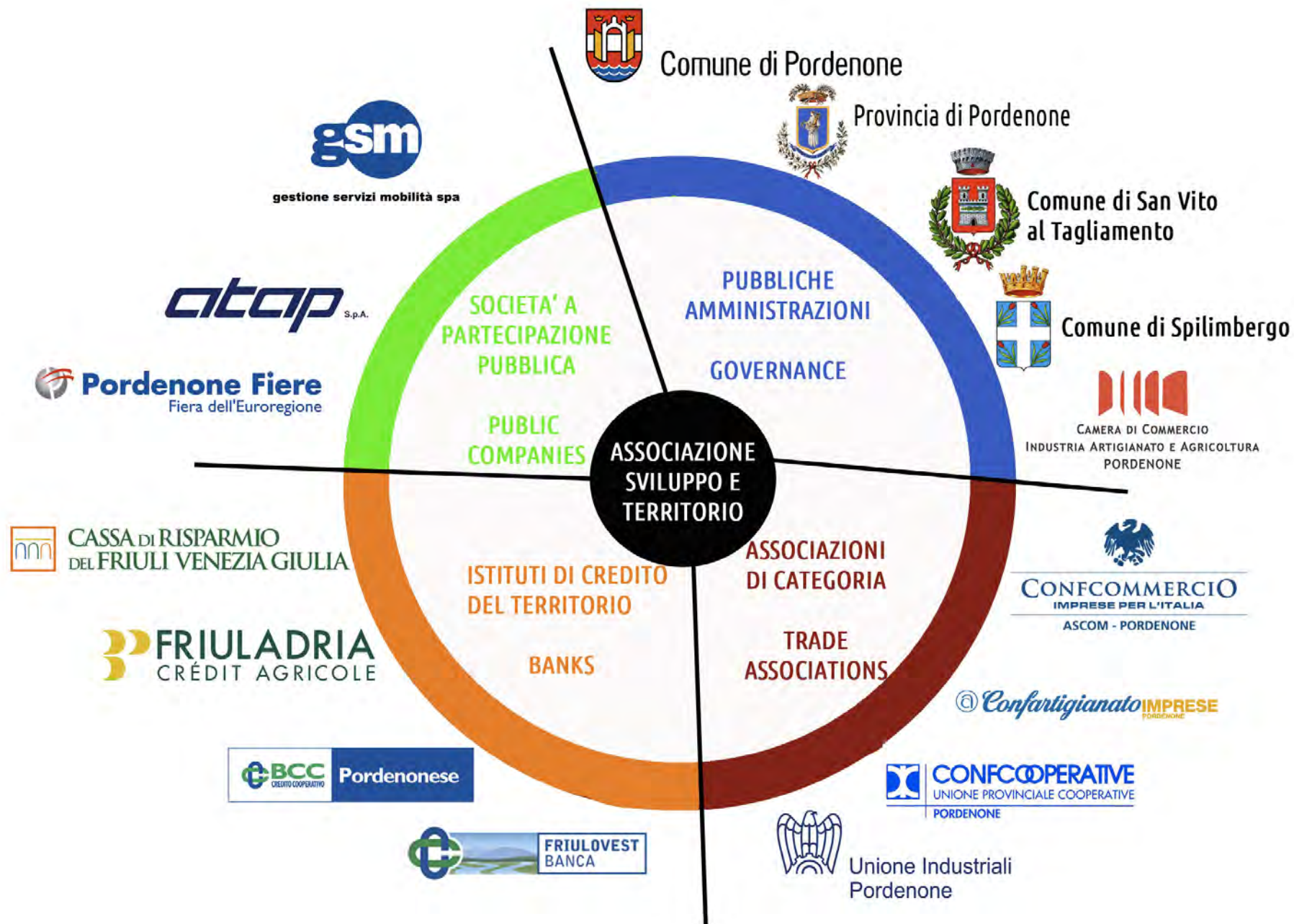


ASSOCIAZIONE SVILUPPO E TERRITORIO



la compagine societaria/the members



associazione sviluppo e territorio

L'Associazione nasce nel 2009 dalla necessità di costituire una condivisione tra differenti realtà con la finalità di sviluppare, gestire e promuovere le dinamiche di crescita delle aree urbane.

A tale scopo l'Associazione predispone, assieme ai propri partner, progetti ed azioni concrete (Piano di Marketing d'Area) anche attraverso accordi pubblico-privati con la definizione:

- * delle POLITICHE DEL TERRITORIO (infrastrutture, viabilità, accessibilità, differenziazione e diversificazione del mix merceologico, marketing urbano, aspetti immobiliari, ecc);

- * dei DIFFERENTI AMBITI DI INTERVENTO (valorizzazione e specializzazione commerciale delle singole aree, eventuali nuovi mercati rionali alimentari, eventi ludici e promozioni di area e di via, proposte culturali, ecc.);

- * delle AZIONI COORDINATE (ogni componente dell'intesa si impegna a realizzare le azioni di sua pertinenza così come definito dal Piano di Marketing d'Area).

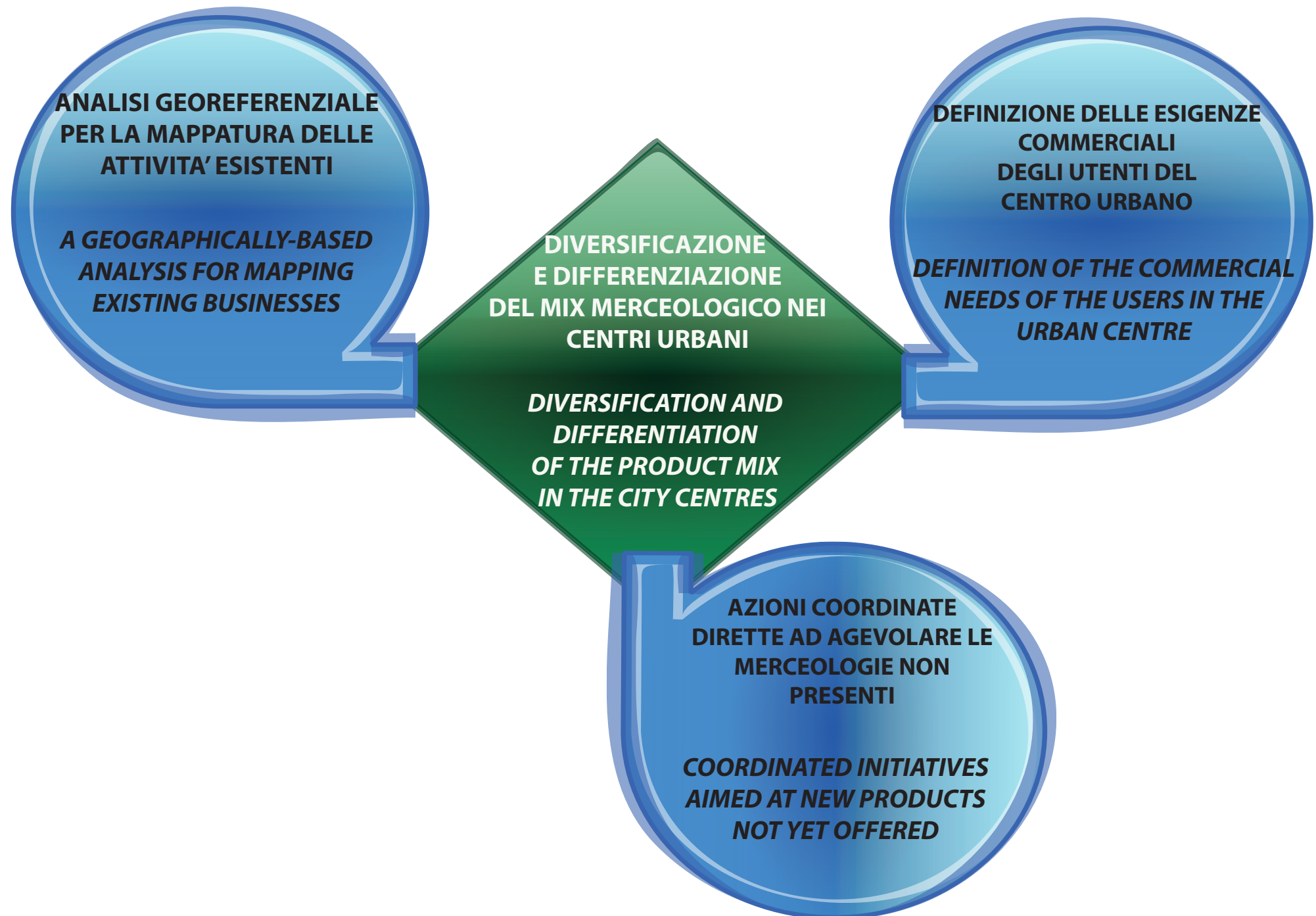
The Association was born in 2009 with the aim of bringing together a number of different entities and thus to develop, manage and promote the growth of commerce in the urban areas.

To this end, the Association, working jointly with its partners, engages in the preparation and implementation of projects and concrete initiatives (the Area Marketing Plan) – in many cases working closely with public and private organizations – to define a number of parameters:

- * *TERRITORIAL POLICY in the areas of infrastructure, roads, accessibility, product mix, urban marketing, locations;*

- * *AREAS FOR INTERVENTION – the promotion and commercial specialization of specific areas, with the possibility of new neighbourhood food markets, entertainment events and the promotion of specific areas and streets, with cultural and popular events;*

- * *COORDINATED ACTIVITIES: each signatory to the agreement undertakes to bring to completion its initiatives in the manner defined by the Area Marketing Plan.*



Le attività istituzionali Our institutional activities

1. Partecipazione assieme alle istituzioni alla definizione delle politiche per il territorio

Joint participation with local institutions in defining policies for the territory

2. Partecipazione a Bandi

Participation in events

3. Attività volte alla differenziazione e diversificazione del mix merceologico nei centri urbani

Activities aimed at achieving differentiation and diversification in the mix of goods and products on offer in the urban centres

4. Progetti di riqualificazione delle aree urbane

Projects for improvement of the urban areas

5. Analisi georeferenziale

Geographically-based analysis

Le attività di marketing territoriale Territorial marketing initiatives

1. City Card

2. Il portale www.sviluppoeterritorio.it e social media marketing

Our portal (www.sviluppoeterritorio.it) and marketing via the social media

3. Attività in collaborazione con PordenoneFiere

Initiatives conducted jointly with PordenoneFiere

4. Visite guidate con intermezzi teatrali

Guided tours with theatrical events

5. A Spasso con Gusto/A stroll with great flavour

6. Fashion Day

7. Servizio di ludoteca gratuito/Free playground service

8. La mascotte/The mascot

9. Un Assaggio d'estate/A Taste of Summer

10. I giovedì da Leoni/Turbo-Thursdays

11. Sweet September

Quota di partecipazione per le attività commerciali e i servizi:

80,00 € annuali + CITY CARD

100,00 € annuali - CITY CARD

Subscription fee for commercial activities and services:

€80 per annum + CITY CARD

€100 per annum - CITY CARD

le attività istituzionali/ institutional activities

LE ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

L'Associazione Sviluppo e Territorio collabora con le istituzioni cittadine nella partecipazione a Bandi dell'Unione Europea per il reperimento di contributi utili alla valorizzazione e riqualificazione del centro urbano pordenonese.

A livello territoriale l'Associazione si pone come capofila di altri enti a partecipazione pubblica che condividono gli stessi valori e scopi. Questa scelta è determinata dalla volontà di proporre un unico interlocutore che possa fungere da riferimento nel dialogo con le istituzioni.

PISUS 2011

L'Associazione Sviluppo e Territorio è stata, assieme alla Regione Friuli Venezia Giulia, promotrice per l'emanazione del regolamento di attuazione per l'utilizzo del fondo **POR FESR 2007-2013** finalizzato al rilancio dei centri urbani, fungendo poi da partner del Comune di Pordenone e coordinatore dei lavori per l'elaborazione del Piano di sviluppo urbano per la città.

INSTITUTIONAL ACTIVITIES

The "Sviluppo e Territorio" Association collaborates with local institutions when participating in European Union Projects in order to obtain funding that can be used to help in improving and promoting the urban centre of Pordenone.

At a territorial level, the Association acts as leader of a pool of public enterprises which share the same values and aims. This stems from our aim of putting forward a single interlocutor able to handle all discussions and dealings with the local institutions.

PISUS 2011

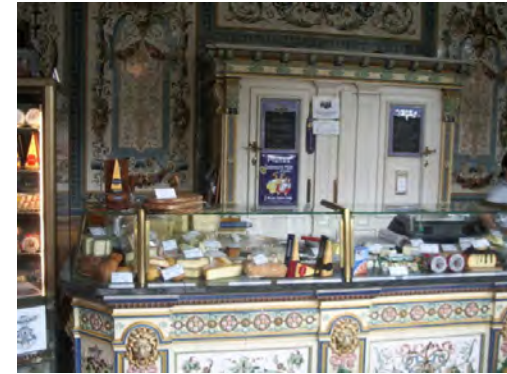
The "Sviluppo e Territorio" Association, working jointly with the Friuli Venezia Giulia Region, works to promote the issue of regulations implementing and governing the utilization of the POR FESR 2007-2013 Fund aimed at stimulating businesses in urban centres, and also acting as partner of the Municipality of Pordenone and coordinator of the project for the implementation of the city's urban development plan.



le attività istituzionali/ institutional activities

LA DIFFERENZIAZIONE MERCEOLOGICA

Un caposaldo della mission dell'Associazione è rendere il centro cittadino popolato, vivo e ricco di diversità merceologiche. Attraverso iniziative di carattere istituzionale e politico l'Associazione sta portando avanti l'obiettivo di agevolare economicamente gli imprenditori che vorranno investire nel territorio aprendo negozi delle merceologie ritenute mancati.



RANGE OF PRODUCTS AND SERVICES

One of the fundamental aspects of the Association's mission is to restore the city centre's vibrant and fascinating mix of enterprises and business activities. With diverse institutional and political initiatives, the Association is gaining ground in its efforts to provide support and assistance to those entrepreneurs intending to invest in the local area by setting up businesses offering goods and services that are not currently available.



le attività istituzionali/ institutional activities

PROGETTI DI RIQUALIFICAZIONE DELLE AREE URBANE

L'idea è quella di agevolare gli imprenditori con affitti a canone zero per due anni, sopportando soltanto il peso delle imposte sull'occupazione dell'immobile e le spese condominiali.

In questo modo l'Associazione si prefigge di far ripopolare questi quartieri in modo che tornino ad essere luoghi vivi e commercialmente attivi.

PROJECTS FOR THE IMPROVEMENT OF URBAN AREAS

The idea is to facilitate new entrepreneurs by offering rent-free premises for two years, so that they are liable to pay only the local occupancy taxes and any condominium fees.

In this way, the Association aims to re-populate these neighbourhoods, bringing them back to life and fostering the growth of local businesses.



ANALISI GEOREFERENZIALE

Uno dei capisaldi della politica di Sviluppo e Territorio è la diversificazione e differenziazione merceologica, al fine di:

- Garantire un'offerta in linea con le aspettative dei cittadini;
- Suggestire, a coloro che intendono aprire un'attività, quale potrebbe essere quella con maggiore possibilità di successo.

Ciò può essere assicurato grazie ad un'analisi georeferenziale: uno studio dell'offerta commerciale esistente attraverso una mappatura di tutti gli esercizi commerciali, ripartiti in classi merceologiche e analizzate statisticamente.

Attraverso l'impiego di metodologie di analisi grafico statica si ha la possibilità di avere la "mappatura matematica" di tutti i vani divisi per ubicazione territoriale e classificazione merceologica. In questo modo si avrà una mappatura puntuale dell'offerta presente in città.

GEO-REFERENCED ANALYSIS

One of the cornerstones in the policies adopted by Sviluppo e Territorio is to identify and differentiate the various types of goods and services. The aims of this approach are:

- *To ensure that the goods and services offered meet the needs of the local community.*
- *To suggest to entrepreneurs who intend to set up business where their chances of success would be greatest.*

This is made possible by an analysis of the geographical location: a study covering the goods and services currently on offer, conducted by mapping all the businesses operating in the area, breaking this information down into the types of goods and services offered and carrying out statistical analysis of the resulting data.

Thanks to static graphic analysis, it is possible to obtain a "mathematical mapping" of all the different compartments, broken down by territorial location and categories of goods and services. This provides an accurate map of the businesses operating in the city.



Il marchio rappresenta la mission commerciale del progetto, ossia creare un nuovo segmento di mercato nel quale si riconoscano non solo i negozi/le attività del centro storico ma tutti coloro che non appartengono né alla categoria Centri Commerciali né Outlet.

L'obiettivo non è portare le persone in centro storico ma al contrario allargare la concezione di ciò che definiamo comunemente centro.

Il messaggio che il logo vuole trasmettere è che vivere in città significa stare in relazione.

Il segno grafico tracciato a supporto di font e colore, rimanda alla rotondità della piazza cittadina, luogo di scambio, relazione e condivisione.

Il colore oro - ocra è un colore prestigioso e regale, sinonimo di splendore, regalità, trionfo. Suscita allegria, felicità e rappresenta l'ottimismo.

Il colore marrone - terra d'umbria rappresenta il colore della Madre Terra per cui si associa alle cose solide e durature, rappresenta sensazioni di benessere fisico.

Il font è rotondo, che viene percepito come amichevole e avvolgente.

The brand is the commercial mission underlying the project – the aim of creating a new market segment encompassing not only the stores and other businesses operating in the historical town centre, but all those which do not belong to the Shopping Mall / Outlet category.

The objective is not simply to bring people into the historic town centre; on the contrary, we want to extend and amplify the concept of the city centre.

The message that the logo is intended to convey is that living in a city means maintaining relations with others. The graphic symbol encompassing the attractive fonts and colours represents the roundness of the city plaza, a place for meeting, sharing and exchanging views.

The gold-ochre colour is one that is prestigious, almost regal, synonymous with splendour, royalty and triumphant deeds. It engenders joy, happiness and optimism. The darker brown – burnt umber – represents Mother Earth and is therefore associated with things that are solid and reliable, representing a sensation of physical wellbeing.

The font used is rounded and sans serif, and is generally perceived as being friendly and relaxing.

CITY CARD



La Fidelity Card C'entro anch'io City Card® di Pordenone è una carta servizi fornita di microprocessore che consente la memorizzazione di punti calcolati in percentuale per ogni acquisto fatto nei negozi del centro storico. Il Titolare della Fidelity C'entro anch'io City Card® avrà diritto ad utilizzare i punti accumulati per usufruire dei vari servizi cittadini, quali parcheggi, ludoteche, trasporti, musei, teatri, fiere oppure presso qualsiasi negozio aderente al circuito. Il servizio è basato su una tecnologia web molto semplice.

Un lettore RFID fornito al commerciante aderente permette la lettura della City Card e le relative operazioni sui punti.

La City Card utilizzata a Pordenone contiene 14 buffer i quali possono essere utilizzati per 14 servizi diversi, per cui qualora un'attività commerciale o associazione voglia caricare dei punti specificatamente per un suo servizio, può utilizzare il nostro circuito senza ulteriori investimenti (esempio: una palestra può caricare l'abbonamento a punti sulla City Card e scaricare i relativi punti ad ogni entrata, oppure annullarla alla scadenza).

CITY CARD

The C'entro anch'io City Card® Fidelity Card is a service card with a microchip which stores in memory the points that the holder accumulates with each purchase made in the city's historic centre. Holders of the C'entro anch'io City Card® Fidelity Card can utilize the points accumulated to pay for various services – parking fees, playgrounds, urban transport, museums, theatres and exhibitions, as well as all the stores that are part of the initiative.

The service is based on an extremely simple web technology. An RFID reader, provided to all subscribers, can read the City Card and memorize the points accumulated.

The City Card used in Pordenone contains 14 buffers which can be utilized for 14 different services. In other words, if a retailer or association wishes to accumulate points for their specific service, our circuit can be used without requiring any further investment. For example: a gym might load points relative to a subscription to the City Card and then deduct points at every visit to the gym or cancel them when the subscription expires.

attività di marketing territoriale/territorial marketing activities

il portale

www.sviluppoeterritorio.it

Il portale web rappresenta un punto fondamentale dell'intero progetto, attraverso il quale l'Associazione può comunicare ed informare i clienti fidelizzati sulle varie iniziative, offerte ed opportunità.

Ogni esercizio aderente all'Associazione ha l'opportunità di avere una pagina web dedicata in cui pubblicare foto, pubblicizzare le proprie attività, promozioni ed offerte.

The web portal is at the heart of the entire project, via which the Association can provide information and news to subscribers describing the various initiatives, offers and opportunities.

Each of the enterprises belonging to the Association has the opportunity of creating a dedicated web page on which to publish photographs and in general promote and advertise their business and any promotions or special offers.



social media marketing



L'Associazione Sviluppo e Territorio è presente sui principali Social Network, cercando di raggiungere il maggior numero di persone possibili attraverso contest fotografici e il coinvolgimento di blogger o aspiranti tali.

The Associazione Sviluppo e Territorio is present on all the major social networks, and strives to reach the largest possible number of potential users by means of photographic competitions and by involving bloggers and aspiring bloggers.



attività di marketing territoriale/territorial marketing activities



INIZIO SALDI INVERNALI
Started sales

INCONTRIAMOCI A
PORDENONE

TIMELINE DELLE INIZIATIVE 2012

PRIMO SEMESTRE/first semester



attività di marketing territoriale/territorial marketing activities



LUGLIO/JULY

AGOSTO/AUGUST

SETTEMBRE/SEPTEMBER

OTTOBRE/OCTOBER

NOVEMBRE/NOVEMBER

DICEMBRE/DECEMBER

INIZIO SALDI ESTIVI/STARTED SALES
GIOVEDÌ SOTTO LE STELLE

PORDENONELEGGE

INCONTRIAMOCI A
PORDENONE

TIMELINE DELLE INIZIATIVE 2012

SECONDO SEMESTRE/second semester



attività di marketing territoriale/territorial marketing activities

CRACKING ART IN OCCASIONE DELLA FIERA ARTEPORDENONE

Gli esercenti hanno ospitato nel proprio punto vendita un'opera d'arte offrendo ai propri clienti ingressi gratuiti per la Fiera.

In centro si è creato un elemento attrattivo: colorate opere d'arte hanno abitato le vetrine del centro e in formato più grande p.zza XX Settembre dando unità ai corsi cittadini ed un piacevole impatto visivo. Per incuriosire tutti i visitatori della Fiera a recarsi in centro, all'interno degli stand fieristici, sono stati consegnati dei coupon con sconti speciali nei negozi cittadini.

CRACKING ART (DURING THE COURSE OF THE ARTEPORDENONE FAIR, 31 MARCH – 2 APRIL 2012)

Store owners and operators displayed works of art at their retail outlets and offered their customers free tickets for the Fair. In the city centre, stores created attractive displays: brightly-coloured works of art in shop windows throughout the city centre, with even larger works in Piazza XX Settembre, giving the city streets a pleasingly eye-catching look.

All visitors to the Exhibition were encouraged to visit the city centre, with the distribution of coupons at the various stands offering special discounts in the various retail stores.



VISITE GUIDATE IN DIALETTO PORDENONESE ARRICCHITE CON INTERMEZZI TEATRALI

In occasione di Incontriamoci a Pordenone (manifestazione cittadina) sono state organizzate visite guidate in dialetto con intermezzi teatrali da parte del Gruppo Teatro Pordenone L. Rocco.

Molte persone hanno partecipato all'iniziativa che prevedeva anche la salita al campanile di San Marco.

GUIDED TOURS IN THE LOCAL DIALECT WITH THEATRICAL EVENTS

During the course of Incontriamoci a Pordenone (an annual event in the city) visitors were able to enjoy guided tours in the local dialect, with a number of short theatrical performances by Pordenone's L. Rocco Theatre Company. This event was extremely popular, and featured a visit to the top of the San Marco belltower.

attività di marketing territoriale/territorial marketing activities

A SPASSO CON GUSTO (A STROLL WITH GREAT FLAVOUR)

Questo evento ha la finalità di valorizzare non soltanto il centro commerciale naturale di Pordenone ma i prodotti enogastronomici locali.

Il format prevede la creazione di un vero e proprio "itinerario del gusto" attraverso bar e ristoranti di Pordenone che propongono vini e prodotti esclusivamente del territorio provinciale ad un prezzo "low cost".

Gli obiettivi della manifestazione sono sia la valorizzazione dei sapori, ricette e prodotti del territorio provinciale sia l'incremento dell'attrattività e il turismo dei maggiori centri della provincia e in particolare del loro centro storico di Pordenone.

L'iniziativa si rivolge non solo agli appassionati di enogastronomia ma anche a coloro che amano visitare, conoscere e scoprire. Attraverso la cultura gastronomica, infatti, è possibile offrire spunti per conoscere luoghi, storia e gente.

A Spasso con Gusto ha avuto luogo in occasione di:

PORDENONELEGGE.IT

Settembre

LE GIORNATE DEL CINEMA MUTO - PORDENONE SILENT FILM FESTIVAL

Ottobre

PORDENONE WINE & FOOD LOVE

Novembre

The aim of this event is to promote not only Pordenone's retail centre, but also the many bars and bistros offering delicious local wines and delicacies. This format is based on the creation of a "flavour trail" along the streets containing Pordenone's bars, bistros and restaurants, all offering exclusively local products at truly low-cost prices.

The event aims to promote the flavours, recipes and products of the province and to attract tourists and visitors to the provincial areas and, in particular, to the historic centre of Pordenone. This initiative is aimed not only at food-lovers, but also for those who like to visit and discover new places. Local food and drink is an excellent way of getting to know places, people and history.

"A Spasso con Gusto" was held on three different occasions:

"PORDENONELEGGE" - September

"LE GIORNATE DEL CINEMA MUTO" - October

"PORDENONE WINE & FOOD LOVE" - November



attività di marketing territoriale/territorial marketing activities



FASHION DAY

L'evento promozionale "Fashion Day" si è svolto il 17 novembre 2012 e il 23 marzo 2013.

Sono state organizzate delle sfilate di moda itineranti all'esterno dei negozi associati a Sviluppo e Territorio, vetrine animate, esibizioni di danza, flash mob e un mercatino Vintage.

The promotional event "Fashion Day" was held on 17 November, 2012 and then on 23 March, 2013. Fashion shows were organized outside stores subscribing to Sviluppo e Territorio, with animated window displays, dancing and a Vintage flea market.



attività di marketing territoriale/territorial marketing activities

SERVIZIO DI LUDOTECA GRATUITO IN PARTICOLARI MOMENTI DELLA VITA CITTADINA

Non un semplice Baby Care ma una ludoteca dove i bambini hanno l'opportunità di partecipare a laboratori creativi.

I laboratori sono organizzati cercando la massima coerenza con le tematiche relative all'evento/manifestazione che si sta svolgendo contemporaneamente in città.

IN CENTRO PER DISEGNARE (31 marzo, 1 e 7 aprile 2012) Cracking Art – Fiera ArtePordenone

IN SENTRO PAR XOGÀR (21, 28 aprile 2012) Incontriamoci a Pordenone - itinerari in dialetto

IN CENTRO PER SCOPRIRE (tutti i sabati di maggio 2012) Il mercato europeo

IN DOWNTOWN FOR FUN (i Giovedì sotto le stelle, tutti i giovedì di luglio 2012)

IN CENTRO PER LEGGERE (In occasione di Pordenonelegge) Servizio finalizzato a rendere più agevole la partecipazione alla manifestazione per i genitori

IN CENTRO PER RICICLARE (Tutti i weekend di dicembre 2012) Laboratori per creare regali di Natale con materiali di riciclo.

FREE CHILD CARE SERVICES DURING EVENTS TAKING PLACE IN THE CITY

Not just a Child Care service, but a playground where children can take part in creative workshops.

The workshops seek to reflect the themes of the various events and manifestations being carried out in the city:

IN CENTRO PER DISEGNARE (IN TOWN TO LEARN TO DRAW) (31 March, 1 and 7 April, 2012) Cracking Art – Fiera ArtePordenone

IN SENTRO PAR XOGÀR (IN TOWN TO PLAY) (21, 28 April 2012) Incontriamoci a Pordenone - itineraries in local dialect

IN CENTRO PER SCOPRIRE (IN TOWN TO MAKE DISCOVERIES) (every Saturday in May, 2012). The European Market

IN DOWNTOWN FOR FUN – each Thursday during July, 2012: "Giovedì sotto le stelle" (Thursday under the stars)

IN CENTRO PER LEGGERE (IN TOWN TO READ) (during the course of Pordenonelegge) A service aimed at facilitating the participation of parents in the event

IN CENTRO PER RICICLARE (IN TOWN TO RECYCLE) (Each week-end during December, 2012) Workshops at which to create Christmas gifts using recycled materials).



**IN CENTRO PER:
...leggere**

IL BABY CARE a pordenonelegge

- Accogliamo i bambini dai 18 mesi agli 11 anni per giocare mentre i genitori partecipano agli incontri in programma.
- Prenota il posto nel Pedibus che accompagnerà i bambini dal baby care agli incontri a loro dedicati.
- È presente uno spazio cambio/allattamento.
- **Orari**
Da mercoledì 19 a venerdì 21 dalle 15.00 alle 19.00
Sabato 22 e domenica 23 dalle 9.30 alle 12.30 e dalle 14.30 alle 18.30

Il servizio è completamente **GRATUITO**

Servizio a cura di Biblio-thè e Melarancia un posto per giocare
Presso Biblio-Thè - via Brusafiera 22/24 - Pordenone
tel. 0434.081347 oppure scrivi a bibliothe.lettura@gmail.com

in collaborazione con
pordenonelegge.it



NAONY

LA MASCOTTE DEL CENTRO COMMERCIALE NATURALE DI PORDENONE

Il ramarro è testimonial del centro e di tutte le attività dedicate ai più piccoli.

Il pupazzo riporta connotazioni chiaramente identificabili con la città di Pordenone:

- * IL RAMARRO - simbolo e colore della squadra di calcio cittadina
- * IL CAPPELLO DA PITTORE - riferimento a Il Pordenone celebre pittore del '500
- * IL GILET - sono rappresentati i Mosaici di Spilimbergo
- * LA BORSA DA LAVORO - con gli attrezzi del settore manifatturiero cittadino

Il nome della mascotte NAONY è stato scelto dagli stessi bambini che partecipavano alle iniziative cittadine attraverso un concorso.

"NAONY" - THE MASCOT ADOPTED BY PORDENONE'S NATURAL SHOPPING CENTRE

The green lizard is the mascot that has been adopted by the city centre and at all the events dedicated to youngsters.

The puppet has been created specifically to reflect one of the symbols of the city of Pordenone:

*A green lizard – the symbol and the colours of the local soccer team;
a painter's hat - representing the famous 16th-Century painter "Il Pordenone", and a waistcoat decorated with the splendid Mosaics of Spilimbergo.*

*In addition, a Work Bag containing tools used in the local manufacturing industries.
The name of the mascot – "NAONY" – was chosen by the children in a competition organized during one of the local events.*

attività di marketing territoriale/territorial marketing activities



UN ASSAGGIO D'ESTATE

Un week end dedicato allo shopping per l'intero centro commerciale naturale di Pordenone. La manifestazione si è caratterizzata per l'apertura straordinaria dei negozi (serale per sabato 12 maggio e domenicale il 13 maggio) e per l'applicazione di speciali politiche di sconto.

A TASTE OF SUMMER

A week-end dedicated to shopping throughout Pordenone's natural shopping centre. During this event, many stores extended their opening hours (the evenings of Saturday 12 May and each Sunday) and applied special discounts.

I GIOVEDÌ DA LEONI

Tutti i giovedì di Giugno i negozi associati hanno offerto, ad ogni spesa, un buono/ingresso omaggio per le piscine all'aperto e le palestre presenti in città.

L'iniziativa è stata molto proficua perché ha creato un legame fra il centro e le strutture sportive cittadine.

Un modo originale per far conoscere i servizi presenti in città ed invitare le persone a praticare attività fisica.

TURBO-THURSDAYS

Every Thursday throughout June, the member retail stores offered a free ticket to the open-air pools and gyms throughout the city with every purchase. This initiative proved to be a great success, as it created a link between the city centre and the various local sports venues. An original way of highlighting the services offered by the city and to encourage people to engage in sporting activities.



SWEET SEPTEMBER

L'iniziativa si è protratta per il periodo dei saldi estivi (luglio/settembre 2012) ed era finalizzata a incrementare la vocazione commerciale del centro pordenonese, in particolare per sostenere il settore dell'abbigliamento.

SWEET SEPTEMBER

This initiative extended over the entire "summer sales" period – from June to September, 2012 – and was intended to augment retail activities in the centre of Pordenone, especially in the sector of fashion clothing.

contatti/contacts

ASSOCIAZIONE SVILUPPO E TERRITORIO
Piazzale dei Mutilati, 4
33170 PORDENONE (PN)
ITALY

Tel. +39 0434 549411

Fax. +39 0434 541865

info@sviluppoeterritorio.it
www.sviluppoeterritorio.it

