



LA
SLOVENIA
VI INVITA!

www.slo-mag.si



Tomaž Benčina, Cinkarna Celje:

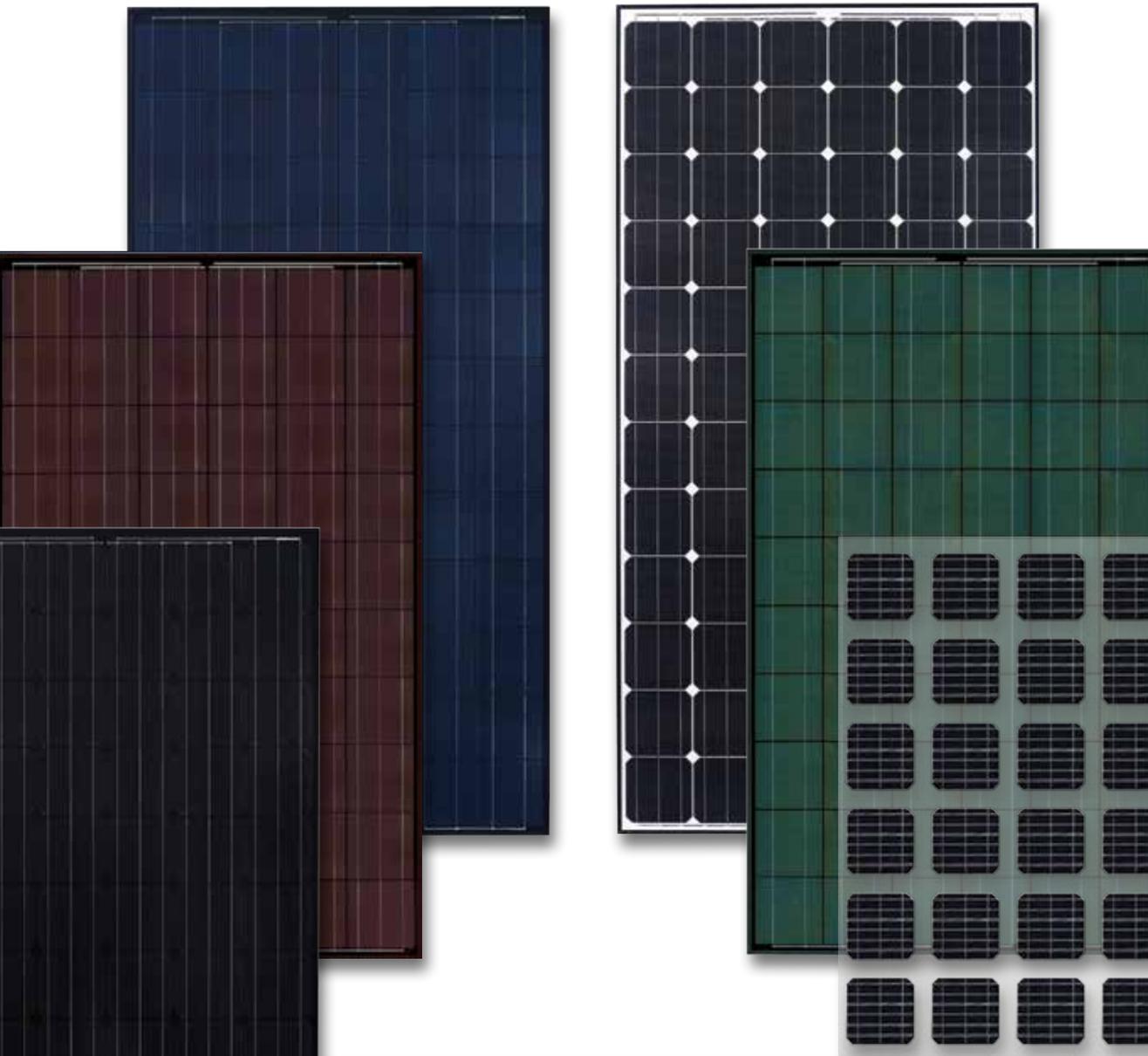
In Italia creiamo
circa un decimo
delle nostre
vendite. ● 6-10

BISOL Dream Team

Prestazioni di alta qualità che creano una squadra vincente.



Solar company!



Made in Europe



Garanzia Lineare
85 % al 25° anno



Potenza fino a
355 Wp



Tolleranza di potenza
di uscita solo positiva



Classe 1 di
Reazione al Fuoco



PID free



Basso coefficiente
di temperatura



Repubblica di Slovenia

- Capitale: Ljubljana (Lubiana)
- Abitanti: 2 milioni
- Superficie: 20.273 km
- Lunghezza della costa marina: 46 km
- Valuta: EURO
- Membro: UE, NATO, OSCE

40.004

mio euro PIL nel 2016

19.376

euro PIL pro capite nel 2016

2,9%

Crescita del PIL

5,5%

Crescita dell'export nel 2017

5,9%

Crescita dell'import nel 2017

1.584

euro lo stipendio lordo dell'anno scorso

1.030

euro lo stipendio netto medio dell'anno scorso

0,1%

Inflazione media l'anno scorso

10,8%

Tasso di disoccupazione a dicembre 2016



In aprile a Milano il secondo Slovenia Design Showroom

Dal 3 al 9 aprile presso lo spazio espositivo del Centro Culturale e la Galleria San Fedele nel centro di Milano saranno esposti i successi delle aziende slovene del legno e dell'arredamento e delle imprese nel campo del design e dell'architettura contemporanea, della costruzione e dello sviluppo di tecnologie industriali innovative nel settore della lavorazione del legno. Il nome dell'esposizione è: il design come possibilità di cambiamento: Le eccellenze del design sloveno in legno.

Questa sarà già la seconda esposizione Slovenia Design Showroom a Milano. La prima volta è stata organizzata l'anno scorso in autunno dall'agenzia SPIRIT Slovenija, dal Ministero per lo sviluppo economico e la tecnologia della Slovenia e dalla Direzione per il legno. Come hanno spiegato, l'esposizione è orientata a rafforzare la visibilità del design industriale sloveno, l'architettura in legno e la lavorazione dei prodotti innovativi in legno sui mercati internazionali, e allo stesso tempo apre le porte a nuovi contatti d'affari delle aziende slovene nel settore del legno con i partner in Italia. L'esposizione dell'anno scorso si è dimostrata di successo in questo settore poiché la maggior parte delle aziende slovene ha ottenuto contatti d'affari e molte anche ordini concreti.

L'anno scorso la Slovenia è stata visitata da più di mezzo milione di italiani.

La collaborazione commerciale tra l'Italia e la Slovenia è vivace anche in altri settori. L'anno scorso gli esportatori sloveni hanno esportato per 2,7 miliardi di euro di beni, il valore delle importazioni dall'Italia ha invece superato i 3,6 miliardi di euro. L'Italia continua a essere il secondo partner commerciale estero più importante, appena alle spalle della Germania. Anche l'anno scorso la Slovenia è stata una destinazione turistica popolare tra gli ospiti italiani. Lo scorso anno più di mezzo milione di Italiani ha trascorso le vacanze in Slovenia, il che rappresenta il massimo di tutti i turisti stranieri.

Sabina Petrov

LA SLOVENIA

VI INVITA!
www.slo-mag.si

Marzo 2017

In copertina:
Tomaž Benčina, Cinkarna Celje

Foto: Jure Makovec

Redattrice:

Sabina Petrov

Redattore tecnico:

Maja Volk

Elaborazione delle immagini digitali:

Sandi Baumkircher

Traduzioni:

www.psdtranslation.com

Responsabile del progetto:

Monika Klinar;
Telefono: +386 (1) 30 91 480
E-Mail: monika.klinar@finance.si

Pubblicità:

Telefono: +386 (1) 30 91 590
E-Mail: oglasi@finance.si

Tiratura:

30.300

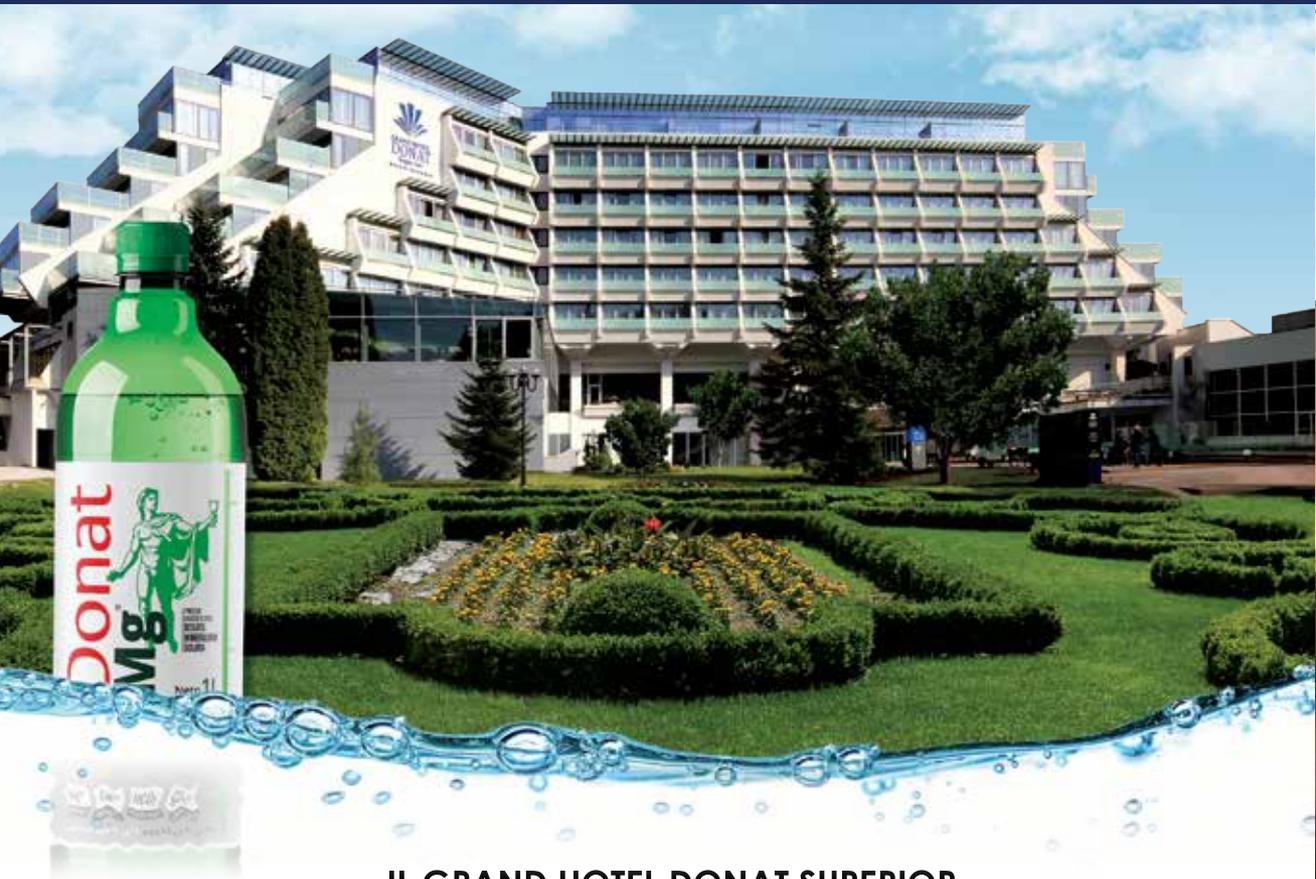
Editore:

Časnik Finance, d. o. o.,
Bleivsejsova cesta 30,
1000 Ljubljana, Slovenia

Direttore e caporedattore:

Peter Frankl

Izvorniki.si

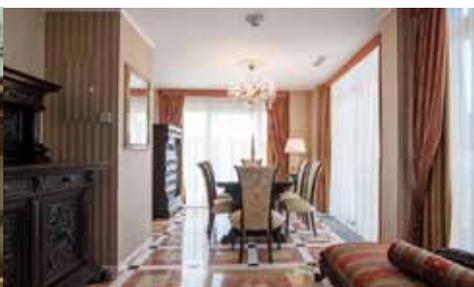


IL GRAND HOTEL DONAT SUPERIOR E LA SORGENTE D'ACQUA CURATIVA

Grand Hotel Donat Superior si trova nel cuore di Rogaska Slatina. È proprio lì che sorge l'acqua curativa ricca di magnesio che caratterizza il ricco sviluppo della piccola città nel corso del tempo.

L'albergo Grand Hotel Donat Superior, architeturalmente integrato nella natura incontaminata, rimane un'ottima scelta per gli amanti di uno stile di vita sano, ciclisti, golfisti e appassionati di trekking.

La connessione con l'edificio adiacente Medical Center attraverso il tunnel interrato, facilita l'accesso ad eventuali ricerche mediche e/o interventi chirurgici, nonché alla fonte dell'acqua minerale Donat Mg, anche in caso di maltempo. L'ambiente tranquillo è altresì ideale per realizzare diversi eventi ed incontri d'affari.



TRA MITO E REALTÀ

L'esibizione del tagliando alla ricezione del GRAND HOTEL DONAT Superior consente il diritto del **15% di sconto*** sul soggiorno.

**Il presente sconto non può essere sommato ad altri sconti o applicato a servizi e/o corsi già in promozione.*

GRAND HOTEL DONAT Superior - Zdraviliški trg 10 - 3250 Rogaška Slatina - Slovenia
t. +386 (0)3 811 30 00 f. +386 (0)3 811 37 32 @. info@ghdonat.com

www.ghdonat.com



Un'offerta unica in slovenia

ECCELLENTI PER SCELTA

Il Grand Hotel Donat Superior rientra tra i più prestigiosi alberghi sloveni. Lo distinguono l'ampia offerta di servizi di superiore qualità, l'approccio personale professionale e la vasta conoscenza linguistica dei dipendenti. L'albergo è completamente rinnovato e climatizzato.

Dispone di 2 suite speciali (Dante, dello Zar), 13 appartamenti Luxurious, 2 stanze panoramiche, 9 appartamenti presidenziali, 11 appartamenti famigliari, 76 camere doppie, 62 camere singole e 1 sala conferenze con la capienza di 50 persone.

Le camere e gli appartamenti dispongono di: terrazzo, minibar, cassaforte, TV satellitare, accappatoio/persona, pantofole/persona, asciugacapelli, collegamento internet e connessione Wi-fi gratuita.

Ci serviamo della cordialità, del servizio di qualità superiore e di un ambiente di vita piacevole, per potervi garantire un soggiorno gradevole, adempito con uno stile di vita sano.

Potrete inoltre gustare l'ottima cucina, far uso della nostra NUOVA miracolosa dieta mirata Detox, scegliere tra una vasta gamma di servizi e programmi Wellness ed abbandonarvi al piacere delle numerose saune, tra le quali la »grotta di neve« - una »grotta«, nella quale nevicava tutto l'anno.



I partner di questa edizione
della rivista

- 2 BISOL GROUP d.o.o.
- 4 5 HOTELI IN TURIZEM ROGAŠKA d.o.o.
- 11 UNICREDIT BANKA SLOVENIJA d.d.
- 15 ROTO d.o.o.
- 17 RIKO HIŠE d.o.o.
- 19 MPOL 2000 d.d.
- 23 FORBIZ d.o.o.
- 25 HETA ASSET RESOLUTION d.o.o.
- 27 PETROL d.d.
- 29 PETEK TRANSPORT, d.o.o., Ribnica
- 31 TERME DOBRNA d.d.
- 33 ADRIA DOM d.o.o.
- 36 Slovenska turistična organizacija

● **INTERVISTA:** Tomaž Benčina,
amministratore delegato dell'azienda
chimica slovena Cinkarna Celje

In Italia creiamo circa un decimo delle nostre vendite

La Cinkarna Celje è una delle imprese ad alta intensità di capitale dell'industria chimica di base. L'azienda con circa mille dipendenti crea l'80 per cento di fatturato con la vendita del pigmento biossido di titanio. È il pigmento più importante di tutti, per questo si trova in quasi tutte le pitture. Il pigmento bianco non solo copre i prodotti ma li protegge dai raggi UV. La Cinkarna Celje ha poco più del quattro per cento della quota di mercato in Europa e l'un per cento nel mondo. L'anno scorso l'azienda ha raggiunto un record storico di vendite e di produzione del pigmento, d'altra parte le loro scorte sono minime. L'azienda è fortemente orientata verso le esportazioni poiché con le vendite sui mercati esteri genera più dell'85 per cento di fatturato. Vende i suoi prodotti a circa un migliaio di clienti in più di 50 mercati



in tutto il mondo - dall'India all'est sino al Venezuela ad ovest.

Con Tomaž Benčina, l'amministratore delegato dell'azienda chimica slovena Cinkarna Celje, abbiamo parlato del portafoglio e dello sviluppo dei prodotti, del volume di vendita sul mercato italiano e dei piani dell'azienda.

● *Com'è fatto il portafoglio dei prodotti ovvero della produzione dell'azienda Cinkarna Celje?*

Negli anni 70 dello scorso secolo la Cinkarna Celje, che vanta una tradizione di 140 anni, si è sviluppata da un'azienda di produzione metallurgica in un'azienda principalmente chimica. La maggior parte dei prodotti che produciamo in questi tempi è così collegata con i processi chimici.

L'alfa e l'omega del nostro portafoglio dei prodotti è il pigmento biossido di titanio con il quale generiamo oltre l'80 per cento di fatturato. Produciamo anche prodotti a base di zinco - varie leghe, cavi e prodotti simili. Sono molto importanti anche i settori di produzione di vernici in polvere per mobili ed elettrodomestici e masterbatch. Questi pigmenti sono per la plastica.

Anche il nostro programma agricolo ha una lunga tradizione e in questo ambito produciamo prodotti per la protezione delle viti e degli alberi da frutto. Il programma si è sviluppato nell'ambito della nostra attività di metallurgia. Quando abbiamo fuso i minerali di zinco nello stabilimento, si è creato l'acido solforico. Uno dei processi chimici più importanti. Ampliando l'uso dell'acido solforico abbiamo iniziato la produzione dei preservanti.

La Cinkarna Celje è fortemente orientata verso le esportazioni poiché con le vendite sui mercati esteri genera più dell'85 per cento delle

L'alfa e l'omega del nostro portafoglio di prodotti è il pigmento biossido di titanio con il quale generiamo oltre l'80 per cento delle nostre vendite.

entrate. I nostri prodotti sono venduti in più di 50 mercati in tutto il mondo. Dall'India all'est sino al Venezuela ad ovest.

● *In quali prodotti troviamo il biossido di titanio?*

Il biossido di titanio è il pigmento più importante di tutti per questo si trova in quasi tutte le pitture. Si tratta di un pigmento bianco che non solo copre i prodotti, ma li protegge dai raggi UV. Oltre alle pitture sono molto importanti anche le altre due aree di applicazione del biossido di titanio - la plastica e la carta. Il settore più ampio è costituito dalle pitture.

● *Dove nella vita quotidiana i consumatori possono trovare i prodotti della Cinkarna Celje?*

Il biossido di titanio si trova per esempio in questa carta sul tavolo, nella mia camicia, nel dentifricio che ho usato stamane, nella tazza di ceramica per il caffè... Possiamo trovarlo in quasi tutti gli oggetti di uso quotidiano che ci circondano.

I prodotti in zinco si usano per la copertura dei tetti, grondaie e per la produzione di bare. Anni fa in Italia, ad esempio, ogni quarto defunto era stato sepolto in una bara prodotta con la nostra lamiera zincata.

● *Ha affermato che la Cinkarna Celje vende i propri prodotti in oltre 50 mercati. Quali sono i più importanti?*

La maggior parte delle vendite è creata nei mercati dell'Unione Europea. Il nostro mercato di esportazione più importante è la Germania dove generiamo circa il 35 per cento delle vendite. Lì esportiamo 25 mila tonnellate di biossido di titanio. L'intero mercato tedesco vanta 300 mila tonnellate. Al secondo posto si trova l'Italia dove generiamo circa un decimo delle nostre vendite. Mercati molto importanti sono anche la Turchia, i paesi del Maghreb e il Medio Oriente.

● *Il mercato italiano è il vostro secondo mercato più importante. Chi sono i principali acquirenti in Italia?*

Per la vicinanza del mercato e per una forte tradizione d'industria, specialmente nella sua



Jure Makovec

parte settentrionale, è ovvio che l'Italia sia un partner importante.

Sul mercato italiano, dove al momento vendiamo per circa 20 milioni di euro di prodotti, siamo presenti da oltre 40 anni ovvero dall'inizio della nostra produzione del pigmento. I nostri prodotti sono venduti in tutta Italia, dalla Sicilia alla Lombardia e Bolzano.

I nostri acquirenti più importanti sono i produttori di pitture e vernici. Si tratta di aziende piccole e medie che sono numerose in Italia. Per questo mercato la concentrazione non è così grande come nelle altre parti d'Europa. Tra i nostri acquirenti ci sono naturalmente anche grandi gruppi industriali.

Oltre ai produttori di pitture, tra i nostri acquirenti ci sono anche i produttori di masterbatch e plastica. Tra di loro invece non ci sono aziende dell'industria di carta poiché alla Cinkarna Celje non produciamo pigmenti per la carta. In Italia abbiamo anche più acquirenti di prodotti per la protezione delle viti e degli alberi da frutta.

Il nostro tipo di acquirente più importante



Tomaz
Benčina,
Cinkarna
Celje:

Sul mercato italiano, dove al momento vendiamo per circa 20 milioni di euro di prodotti, siamo presenti da oltre 40 anni ovvero dall'inizio della nostra produzione del pigmento.

in Italia sono le eccellenti piccole e medie imprese a conduzione familiare con le quali costruiamo i rapporti d'affari a lungo termine. Conosciamo personalmente la maggior parte dei nostri acquirenti. Gli italiani imprimono le proprie emozioni nel loro lavoro il che è simile alla nostra mentalità imprenditoriale e alla filosofia.

● Quali sono i progetti sul mercato italiano?

Il nostro obiettivo è di aumentare la quota di mercato, anche se già adesso non è piccola. Secondo la nostra stima la nostra quota di mercato in Italia è attualmente vicino al dieci per cento.

Continueremo a sviluppare i rapporti d'affari con i nostri clienti.

● Quali sono i vostri vantaggi competitivi rispetto ai concorrenti? Come rafforzate la propria competitività sui mercati internazionali?

Il nostro vantaggio è che, rispetto ai nostri concorrenti, siamo significativamente più piccoli - del più grande concorrente di almeno 20 volte, ma in Europa siamo la terza azienda più piccola del settore - e come tale più facilmente ascoltiamo i clienti al dettaglio e soddisfiamo le loro esigenze, per le quali le grandi le società non hanno tempo. Su questo costruiamo il nostro vantaggio competitivo. E, naturalmente, sul rapporto d'affari a lungo termine con i nostri acquirenti.

È proprio il rapporto d'affari quello che ci ha fruttato molto nel passato. Siamo attivi in un settore in cui le fluttuazioni sono molto alte, le richieste di biossido di titanio invece molto volatili. E quando arriva la crisi, le grandi aziende si comportano come un elefante in un negozio di porcellana, per noi, invece, posso dire che siamo meno duri nei confronti dei nostri partner.

Il nostro vantaggio è di avere più sotto controllo i nostri costi perché siamo più piccoli. Per il successo della nostra attività siamo sempre classificati in media nella parte superiore o subito sotto la parte superiore dell'industria. I motivi per questo sono molti, non solo la gestione dei costi. Quello principale è che siamo più efficienti e concentrati sul nostro lavoro.

● A quanti acquirenti la Cinkarna Celje vende i propri prodotti? Quanti di questi sono in Italia?

Vendiamo i nostri prodotti a circa mille acquirenti. Di questi ce ne sono 80 in Italia. Tra i nostri più grandi acquirenti in Italia ci sono Zinco Cofani, il Colorificio San Marco, Ard Racanello, Ivas, Caldic Italia ...

● A quali aree di sviluppo prestate più attenzione?

Alla Cinkarna Celje abbiamo un'unità di sviluppo indipendente con attrezzature di laboratorio di alto livello, tra cui un microscopio elettronico. Ci piace vantarci di questo. Il microscopio elettronico per le aziende non è una cosa comune, è utilizzato da istituti di ricerca.

Il nostro sviluppo si basa sul biossido di titanio, per il quale i nostri sviluppatori sono costantemente alla ricerca di opportunità per un uso nuovo e migliore. In questo lavoriamo

◀ a stretto contatto con i nostri clienti. Proprio di recente, il nostro team di sviluppatori è stata da un nostro acquirente in Belgio per scoprire insieme ai suoi sviluppatori come aiutare la loro produzione con il nostro biossido di titanio per migliorare i loro prodotti e la resistenza delle pitture.

Collaboriamo in modo simile con i nostri fornitori, quando cerchiamo insieme dei modi per poter fornire soluzioni che aiutano a ridurre i costi e aumentare la qualità dei nostri prodotti.

● *Quanto è forte il vostro team di sviluppo?*

Ci rendiamo conto che le nostre possibilità di sviluppo siano limitate poiché i nostri concorrenti hanno settori di sviluppo molto più grandi. Eppure, nonostante il nostro team di sviluppo sia piccolo in cui ci sono, ad esempio, solo cinque dottori in scienze, siamo orgogliosi dei risultati raggiunti. Il tipo di pigmento per la plastica che abbiamo sviluppato di recente, rappresenta più del dieci per cento delle vendite.

● *Che tipo di attenzione dedica la Cinkarna Celje ai processi di digitalizzazione e alla quarta rivoluzione industriale?*

Poiché operiamo nell'industria di processo, per la Cinkarna Celje la digitalizzazione e la quarta rivoluzione industriale non sono una novità. Se fate quattro passi attraverso la nostra produzione, potete vedere che nel nostro paese la gente di solito non lavora fisicamente. Tutto è eseguito da computer. I nostri impianti di produzione sembrano vuoti, quei pochi dipendenti che ci sono monitorizzano la produzione tramite i monitor. La produzione di biossido di titanio deve essere affrontata con centinaia se non migliaia di segnali.

Le nostre quantità sono a volte enormi. Ogni anno, per esempio, consumiamo 180.000 tonnellate di acido solforico per il quale consumiamo 60.000 tonnellate di zolfo. Per produrre circa 65.000 tonnellate di biossido di titanio consumiamo circa 70 mila tonnellate di scorie, 30.000 tonnellate di ilmenite, e per neutralizzare l'acido solforico che è molto pericoloso - se viene a contatto con un altro materiale,



Jure Makovec

quest'ultimo si ossida - consumiamo 110.000 tonnellate di farina di calce e 40.000 tonnellate di calce.

● *Com'è stato l'esercizio finanziario 2016 per la Cinkarna Celje? Sia in termini di risultati economici conseguiti e di sfide del mercato. Quali sono le vostre aspettative per quest'anno?*

Abbiamo iniziato il 2016 molto preoccupati, perché le previsioni di mercato per le richieste di biossido di titanio, alla fine del 2015, annunciavano una depressione. Ma gli eventi sono successivamente andati in una direzione positiva, le richieste hanno iniziato a salire, in modo che nell'ultimo anno abbiamo raggiunto un record storico di vendite e di produzione di biossido di titanio anche se, di fatto, le nostre scorte erano minime.

La tendenza del 2016 continua anche quest'anno, e nel 2017 ci aspettiamo di raggiungere un risultato ancora migliore rispetto allo scorso anno. Secondo dati non certificati, nel 2016 abbiamo generato 170 milioni di euro di fatturato e quasi dieci milioni di euro di utile netto.

Tomaž Benčina, Cinkarna Celje

L'anno scorso abbiamo raggiunto il record storico di vendite e di produzione del biossido di titanio.

Sabina Petrov

Aumentare la redditività d'impresa nei mercati esteri

Sempre più imprese vedono opportunità nei mercati globali, ma allo stesso tempo devono navigare tra molti ostacoli. Fra i motivi più frequenti che rendono l'espansione difficile vediamo l'insufficiente conoscenza dei potenziali clienti, nonché diffidenza e mancanza di disciplina nel campo di pagamenti. Gli esportatori possono facilitare la loro crescita e ridurre i rischi grazie all'utilizzo delle soluzioni di trade finance offerte dal Gruppo UniCredit in Slovenia (UniCredit Bank Slovenia).

Prima di accedere al mercato, informatevi bene. Se volete verificare l'azienda con la quale avete intenzione di collaborare, in UniCredit possiamo preparare per voi le informazioni relative alla situazione creditizia, consigliandovi l'uso dello strumento di pagamento più adatto o dello strumento di assicurazione necessario, come credito documentario, incasso documentario o garanzia di pagamento. Le imprese possono proteggersi contro i rischi legati all'esercizio della propria attività sui mercati esteri, con una efficace gestione dei rischi dei singoli acquirenti, delle banche, e dello Stato. L'utilizzo degli strumenti di pagamento indicati sopra è consigliato soprattutto di fronte a operazioni con nuovi clienti o nei mercati più rischiosi.

All'acquirente offrite anche il finanziamento

Nell'esercizio della propria attività estera, molte imprese usufruiscono con successo dei vantaggi di vari strumenti

di finanziamento commerciale, dalla cessione e copertura assicurativa dei crediti all'anticipo export su fatture e contratti, dal finanziamento alle importazioni all'attivazione di strumenti di garanzia per garantire gli impegni delle controparti.

Il finanziamento può svolgersi direttamente o indirettamente tramite la banca dell'acquirente. Con l'inserimento della banca dell'acquirente, l'esportatore evita il rischio di mancato pagamento. Qualora non abbiate l'esperienza con la banca dell'acquirente o non vogliate assumere il rischio di mancato pagamento della banca estera dell'acquirente, in UniCredit possiamo confermare per voi l'accredito, con cui assumiamo noi l'impegno di pagamento della banca dell'acquirente. Questa forma di finanziamento è comune per gli accrediti di importi più consistenti e di lungo termine, ed è particolarmente adatta per l'esportazione di macchinari, attrezzature e progetti d'investimento all'estero (quali ad esempio la costruzione di alberghi o di edifici commerciali, l'installazione di nuove linee di produzione, ...).

A vantaggio della competitività con l'acquisto dei crediti (forfaiting)

Oltre all'assicurazione del pagamento della merce esportata, con le soluzioni offerte da UniCredit l'impresa può anche finanziare l'acquirente, ovvero il suo capitale di esercizio. Lo sconto delle lettere di credito dà la possibilità agli esportatori di avere il finanziamento più conveniente del loro capitale di

esercizio da un lato, e dall'altro conferisce alle imprese un vantaggio competitivo poiché con lo sconto dei loro crediti gli esportatori possono offrire un finanziamento ai propri clienti attraverso migliori dilazioni commerciali. Ciò non comporta per l'esportatore un ulteriore rischio nei confronti dell'acquirente, poiché il rischio è assunto da UniCredit Bank sulla base del credito documentario con il termine di pagamento differito.



Nataša Markov, responsabile dell'International Center di UniCredit Bank Slovenia:

"Da più di 25 anni forniamo supporto alle imprese che realizzano le proprie ambizioni

commerciali in Slovenia e all'estero con molto successo. Ciò ci viene confermato dai nostri clienti, dal pubblico imprenditoriale, e da diversi riconoscimenti internazionali. Alto livello di soddisfazione con i nostri servizi per noi significa un continuo impegno ad ottimizzare i nostri servizi e rendere ancora più facile ai nostri clienti l'espansione in acque internazionali."



Matej Čebohin, advisor presso l'International Center di UniCredit Bank Slovenia:

"E' molto più semplice gestire gli affari nella propria lingua, per questo in UniCredit

Bank Slovenia parliamo fluentemente italiano, tedesco e inglese. Oltre alle esperienze e alle conoscenze che possiamo offrire, vogliamo migliorare l'esperienza dell'utente e dei nostri clienti internazionali anche in questo modo."

UniCredit Banka Slovenia è membro del Gruppo UniCredit, uno dei più grandi gruppi finanziari internazionali. Per voi raccogliamo le informazioni relative a stabilità, potere di acquisto e disciplina relativa ai pagamenti nei mercati verso i quali vi dirigete, e vi forniamo supporto con la nostra esperienza nell'ambito della strutturazione degli affari e dell'assicurazione contro i rischi commerciali. Vi aiutiamo a trovare le riserve interne per la liquidità e a velocizzare il trasferimento dei crediti tra le società collegate, vi rendiamo possibile una visione integrale dei vostri flussi di cassa per permettervi di stabilire più facilmente le priorità nella vostra gestione.

Accompagniamo e forniamo supporto ai clienti in 14 mercati chiave e 18 Stati in tutto il mondo, per questo motivo vi possiamo offrire una conoscenza locale integrale di portata internazionale.

L'Italia è un mercato importante per le aziende alimentari slovene



Nel settore agroalimentare in Slovenia sono registrate poco più di 600 aziende che insieme impiegano più di 12.500 persone e generano circa due miliardi di euro di vendite. La maggior parte delle aziende del

settore alimentare sloveno è focalizzata sul mercato interno, solo il 22 per cento delle ditte esporta i propri prodotti sui mercati esteri.

Secondo il Ministero dell'Agricoltura e dell'Alimentazione sloveno la Slovenia esporta



Shutterstock

circa un quarto della propria produzione di cibo. Nella struttura delle esportazioni dell'industria agroalimentare l'Italia si colloca al quarto posto, dopo la Croazia, la Germania e l'Austria. L'anno precedente le aziende slovene in Italia hanno

creato il 12,5 per cento dei ricavi delle vendite sui mercati esteri. Abbiamo guardato quali risultati hanno raggiunto lo scorso anno sul mercato italiano alcune delle maggiori aziende del settore e i loro piani per quest'anno. ►



◀ La Mlekarna Celeia tra poco raggiungerà Milano con i suoi prodotti

La Mlekarna Celeia vende i propri prodotti non solo in Slovenia ma anche in altri nove mercati e con le esportazioni crea circa il 30 per cento delle vendite. Come ha detto la responsabile marketing per la strategia e lo sviluppo Darja Teržan, in Italia, il terzo mercato di esportazione più importante, hanno generato al momento più di mezzo milione di euro di ricavi. Con i loro yogurt, dessert e il latte Zelene Doline sono presenti nelle catene dei supermercati Coop e Vega nell'area dal confine italiano-sloveno sino a Verona, in alcuni negozi Spar e sugli scaffali di alcuni dei negozi più piccoli nella parte settentrionale d'Italia. La vendita dei loro prodotti nell'area è cominciata nel 2011. All'inizio hanno adeguato il sapore dei prodotti e la grammatura per i clienti italiani ma il vero successo non arrivava. Quando invece sono ritornati con il proprio marchio sloveno di yogurt e dessert Zelene doline, è stato tutto completamente diverso.

"Stiamo per raggiungere il primo milione di vendite sul mercato italiano," ha raccontato l'interlocutrice sui piani per quest'anno. Ha aggiunto che vogliono ampliare le vendite non solo fino a Verona ma anche a Milano. L'obiettivo dell'azienda Mlekarna Celeia è di creare tre milioni di euro dalle vendite sul mercato italiano fino al 2020.

Darja Teržan, Mlekarna Celeia:

Vorremmo progressivamente ampliare fino a Milano la vendita dei nostri yogurt, dessert e latte Zelene doline che attualmente si estende fino a Verona.

Žito con i suoi prodotti copre l'intera Italia

Il produttore di prodotti da forno e dolci Žito è presente sul mercato italiano da più di dieci anni con alcuni prodotti, in passato però in misura minore. "Negli ultimi tre anni, le nostre esportazioni sono aumentate di anno in anno, con i nostri prodotti da forno per la cottura finale siamo presenti in tutta Italia, con alcuni anche in Sicilia e Sardegna dove gli acquirenti di Žito hanno le proprie affiliate," afferma il direttore per le esportazioni di Žito Matjaž Dremelj. La Žito è presente sull'intero mercato italiano anche con le caramelle Šumi, esportate già da otto anni.

I consumatori italiani possono acquistare i prodotti Žito presso i negozi discount o altri rivenditori. "Il mercato italiano è molto frammentato e, quindi, è molto difficile entrare e avere successo sugli scaffali dei commercianti ma ci stiamo riuscendo," afferma Matjaž Dremelj. E aggiunge che per la Žito questo

La Žito, con i suoi prodotti da forno per la cottura finale, è presente in tutta Italia, con alcuni anche in Sicilia e Sardegna.



mercato è davvero importante. "L'Italia è una parte importante delle nostre esportazioni, rappresenta più di un terzo delle nostre esportazioni nell'Unione Europea. A causa della crescita delle vendite a due cifre in tutti i mercati dell'UE, ovviamente, crescono anche le nostre vendite nei mercati di altri paesi - Spagna, Austria, Svizzera, Germania.

Alla domanda sui risultati dell'anno scorso e sui piani per quest'anno l'interlocutore risponde: "Siamo orgogliosi dei risultati ottenuti nel 2016 perché siamo riusciti a lanciarci e abbiamo finalmente raggiunto la presenza dei nostri prodotti di cottura finale in tutta Italia. Per il 2017 abbiamo piani arditissimi perché abbiamo appena cominciato la fornitura di nuovi prodotti di cottura finale, e allo stesso tempo cerchiamo nuovi canali di vendita anche attraverso agenti."

La Mlekarna Planika è entrata in Italia due anni fa

La Mlekarna Planika di Kobarid ha cominciato a vendere i suoi prodotti sul mercato italiano poco più di due anni fa. "Con i nostri prodotti - il latte fresco, prodotti caseari fermentati, burro e formaggi, siamo presenti in due catene di negozi: la Coop e i Bosco Supermercati e anche in alcuni negozi individuali, nel Friuli Venezia Giulia, principalmente nella zona di confine della parte nord d'Italia. La percentuale di vendite rappresentata dal mercato italiano è attualmente piccola", ha detto la direttrice della latteria di Kobarid Anka Lipušček.

Anka Lipušček, Mlekarna Planika: La nostra latteria si trova vicino al confine e per questo vorremmo estendere la rete di vendite in Italia.

A proposito dei progetti futuri nel mercato italiano l'interlocutore ha detto: "In termini di quota delle vendite il mercato italiano per la Mlekarna Planika non è d'importanza strategica. Tuttavia, in considerazione del fatto che nell'ampia zona di confine la popolazione italiana è superiore alla media in Slovenia, e la nostra latteria si trova lungo il confine, vorremmo in futuro estendere la nostra rete di vendita in Italia per estendere e aumentare le vendite."



Leo Caharija

ROTO SLOVENIJA d.o.o.

La Roto è un'impresa slovena, che produce un'ampia gamma di prodotti in plastica (botti, carriole, contenitori, fioriere, canoe, attrezzatura per i cavalli, impianti di depurazione...).

Il gruppo ROTO rappresenta 10 aziende che producono in quattro Paesi europei. L'azienda è un'impresa familiare e ha oltre 35 anni di presenza sul mercato nazionale ed estero come

produttore di successo di prodotti in plastica. Si è rivelata un partner commerciale affidabile.

I nostri prodotti sono venduti in molti mercati esteri in 52 paesi. Ci stiamo espandendo anche nel mercato italiano. Vi invitiamo a visitare il nostro sito web www.roto-group.eu.



Marija Rogan Šik, Responsabile vendite, ROTO SLOVENIJA d.o.o., Cell.: +386 (0)51 386 568



ROTO SLOVENIJA d.o.o.
Gorička ulica 150, Črnelavci
9000 Murska Sobota, Slovenia
www.roto-group.eu
e-mail: italy@roto.si

◀ L'Atlantic Grupa in Italia punta sul marchio Multipower

L'azienda alimentare Atlantic Grupa ha da molti anni l'ufficio per le vendite e la promozione di prodotti di nutrizione sportiva Multipower a Ponte di Piave in provincia di Treviso. "Multipower è il nostro marchio più venduto sul mercato italiano. Si tratta di un marchio di culto per gli appassionati di sport che visitano palestre e fitness ma li vendiamo principalmente attraverso i canali sportivi (palestre, fitness, negozi con alimentazione sportiva) e anche nelle farmacie e negozi di erboristeria", affermano in azienda.

Al riguardo aggiungono che, in base alla loro orientazione strategica verso l'internazionalizzazione, con particolare risalto ai mercati dell'Europa occidentale, e la conseguente riorganizzazione della distribuzione, hanno potenziato l'ufficio in Italia. "Cerchiamo di prestare un'attenzione più sistematica e mirata al mercato italiano. Analizziamo il consumatore (consumer) e il cliente (shopper), identifichiamo i potenziali e cerchiamo di individuare i modi per realizzarli. Attualmente in Italia si



Press

vendono relativamente bene l'acqua minerale Donat Mg (Coop, Conad and Bennet, Despar, Eurospar...) e il paté Argeta (Carefure e Coop), soprattutto nella parte nord-orientale d'Italia. I prodotti Gran e Soko Štark sul mercato italiano sono rappresentati nei negozi etnici," hanno spiegato all'Atlantic Grupa gli ulteriori progetti sul mercato italiano.

Sabina Petrov

L'azienda alimentare Atlantic Grupa intende prestare un'attenzione più sistematica e mirata al mercato italiano.

Le direzioni principali di sviluppo delle imprese del settore alimentare

Tra le principali tendenze che il produttore sloveno di prodotti da forno e dolci Zito considera per i principali orientamenti di sviluppo, ci sono:

- ▶ lo sviluppo di prodotti funzionali con maggiore contenuto di ingredienti funzionali naturalmente presenti, ad esempio fibre alimentari, contenuto proteico superiore, sali minerali...;
- ▶ meno è di più, il che significa lo sviluppo di prodotti meno complessi ma di qualità con dichiarazioni semplici;
- ▶ il tornare indietro, ovvero l'utilizzo degli antichi tipi di cereali e pseudo-cereali, come il farro, e altri vecchi tipi di grano, grano saraceno, quinoa, amaranto; l'uso di legumi, che sono una fonte importante di

- ▶ proteine vegetali;
- ▶ poiché gli allergeni stanno diventando e continuano a rimanere un problema crescente, anche nelle attività di sviluppo tengono conto delle tendenze di usare il meno possibile le sostanze allergeniche contenute nei prodotti; prendono in considerazione anche le linee guida di una dieta sana su un ridotto apporto di zucchero e sale;
- ▶ i prodotti biologici o i prodotti da materie prime ecologiche; l'attenzione è rivolta allo sviluppo della confezione, alla selezione dei materiali e delle tecnologie che, insieme ad un'adeguata protezione del prodotto, rappresentano il minimo impatto ambientale.

Alla Mlekarna Planika di Kobarid vogliono sviluppare nuovi prodotti per essere più innovativi, rivolgendosi, se possibile, alle materie prime dalla valle dell'Isonzo.

«In questo modo vorremmo promuovere non solo i prodotti caseari, fatti con latte di alta qualità proveniente dalle nostre zone collinari, ma tutta la valle dell'Isonzo e le colline che circondano questa vallata. L'anno scorso siamo riusciti a combinare due sapori apparentemente incompatibili: il latte e il pesce. Nel grano di formaggio abbiamo aggiunto pezzetti di trota affumicata e abbiamo così creato il formaggio Soški sir con trota affumicata dall'Isonzo», hanno raccontato.

Case per la gente che apprezza la vita sostenibile

La missione dell'architettura e ingegneria va oltre le categorie estetiche e di vita. La responsabilità per lo sviluppo sostenibile dal punto di vista dello spazio, dell'ecologia e della società sta venendo sempre più alla ribalta nella progettazione sia degli spazi residenziali che di quelli pubblici. L'azienda Riko Hiše con le sue costruzioni in legno prefabbricate di qualità realizza questa missione con successo.

Hanno sviluppato sistemi costruttivi in legno ad alta tecnologia che soddisfano rigorosi criteri di edilizia sostenibile e offrono molte opzioni e soluzioni per la realizzazione di una vasta gamma di design e idee architettoniche.

Le nostre soluzioni ispirano clienti provenienti da tutta Europa - da Austria, Gran Bretagna, Germania, Svizzera, Svezia, Lussemburgo, Francia, e naturalmente, fino all'Italia, che è per la Riko Hiše da quasi due decenni uno dei mercati più importanti. Finora hanno costruito più di 350 case, per lo più nell'ampia parte settentrionale. In futuro prevedono una crescita ancora più vertiginosa. Poiché le loro case si distinguono per un'esecuzione precisa, il risparmio ecologico, la sicurezza ed efficienza, stanno diventando sempre più importanti sul mercato che apprezza le soluzioni eccezionali e un'architettura sofisticata.

Per la gente che sceglie l'unicità

Gli acquirenti di case prodotte da più di 20 anni dalla Riko Hiše sono persone che scelgono l'espressione unica e sono consapevoli dell'importanza della costruzione sostenibile. Tutti hanno in comune il fatto di aver identificato nel produttore sloveno di edifici in legno prefabbricati a basso consumo energetico ed ecologici un compagno perfetto per realizzare i loro desideri abitativi. «Gli acquirenti italiani hanno un senso particolarmente acuto per



Il produttore sloveno Riko Hiše si può vantare di una vasta gamma di case in legno che vanno dalle moderne case unifamiliari classiche a progetti architettonici complessi in ambienti molto diversi.

il design e l'architettura, la nostra capacità di realizzare idee molto diverse e complesse è stata riconosciuta da molti designer, come Philippe Starck e Jade Jagger, che hanno collaborato con noi», hanno detto alla Riko Hiše. Aggiungono che il loro principale vantaggio competitivo è anche un concetto ben congegnato della costruzione prefabbricata in legno che consente un'eccellente esecuzione e un rapido montaggio sul terreno, in qualsiasi momento dell'anno.

Il legno è il materiale di costruzione più ecologico

«Come sostenitori della costruzione sostenibile scegliamo il legno, che è un materiale di costruzione eccellente e ecologico» sottolineano all'azienda Riko Hiše, dove sono costantemente alla ricerca di nuove soluzioni innovative ed esplorano nuove possibilità per l'utilizzo del legno anche nel collegamento fra le costruzioni e l'ambiente interno.

L'alta qualità delle loro case è dimostrata da tutte le principali certificazioni europee come Minergie-P Passiv Haus Institut, KlimaHaus, CasaClima, il marchio Ü e il marchio CE. In Italia hanno

ottenuto la certificazione SOA che permette a loro di partecipare alle gare pubbliche che sono, secondo la prevenzione antisismica, sempre più vicini a strutture prefabbricate in legno. Grazie a materiali come il legno e ad un sofisticato sistema di costruzione, nel 2009 la casa di Riko Hiše non ha subito lesioni nel devastante terremoto a L'Aquila, di questo ne aveva parlato allora anche la RAI.

Con una ricca esperienza creano nuove tendenze

«Seguiamo attentamente le richieste, le preferenze e le innovazioni, la vasta esperienza e competenza ci permettono di creare nuove tendenze», hanno detto alla Riko Hiše. A marzo hanno presentato le loro nuove idee alla fiera MADE Expo a Milano.



Riko Hiše d. o. o.

Bizjanova ulica 2, SI-1000 Ljubljana

Tel.: +386 1 837 26 10

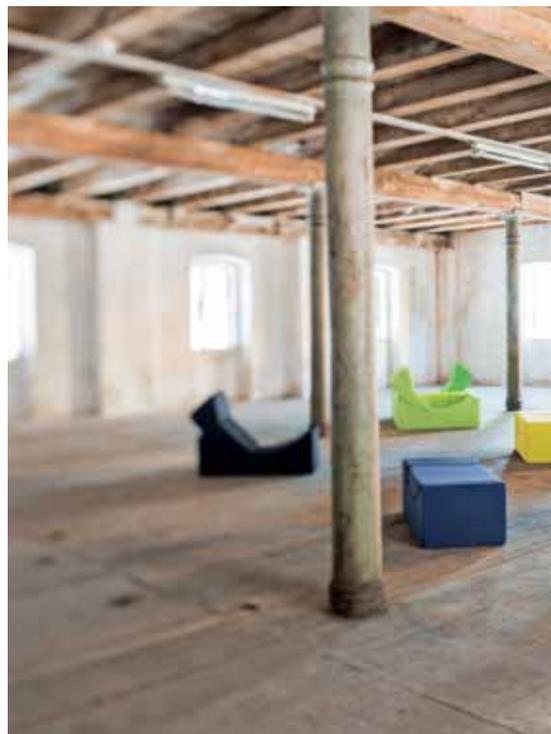
E-mail: info@riko-hise.si

Sito web: www.riko-hise.si

Il settore sloveno del legno e dell'arredamento aumenta le vendite in Italia

L'industria slovena del legno negli ultimi anni continua a migliorare la propria attività. Oltre ai profitti dei settori crescono anche le vendite, la quota delle vendite sui mercati esteri e il valore aggiunto per addetto.

"Le aziende del settore sloveno del legno e dell'arredamento sono fortemente orientate verso l'export, investono anche molto nello sviluppo, nel marketing e nella formazione dei dipendenti, per questo nel 2017 ci aspettiamo risultati ancora migliori", valuta il direttore dell'Associazione dell'industria del legno e dell'arredamento presso la Camera di Commercio della Slovenia Igor Milavec.



Il più grande passo avanti nell'industria dell'arredamento; ha convinto anche Ronaldo

All'interno del settore sloveno della lavorazione del legno il più grande passo avanti nel mercato è stato fatto dall'industria dell'arredamento, ha detto l'intervistato. "Con il crescente inserimento del design e l'adeguamento dei prodotti e servizi alle esigenze dei clienti, quest'ultima si è avvicinata al gruppo di aziende che realizzano la competitività con la conoscenza, la progettazione e la gestione di tecnologie avanzate."

Un buon esempio è la società slovena Lina Design che l'anno scorso ha arredato con le proprie poltrone la hall e alcune sale del nuovo hotel, aperto dal famoso calciatore Cristiano Ronaldo nella sua nativa Madeira. Le loro poltrone si trovano anche negli uffici dei manager del gigante svedese Ikea. Con le proprie sedie rotonde dai colori intensi e le poltrone sono stati molto visibili all'Expo 2015 a Milano. I loro prodotti hanno arredato i padiglioni espositivi di diversi



I mobili della linea Moon della società Lina Design che l'anno scorso ha arredato l'hotel del famoso calciatore Cristiano Ronaldo a Madeira.

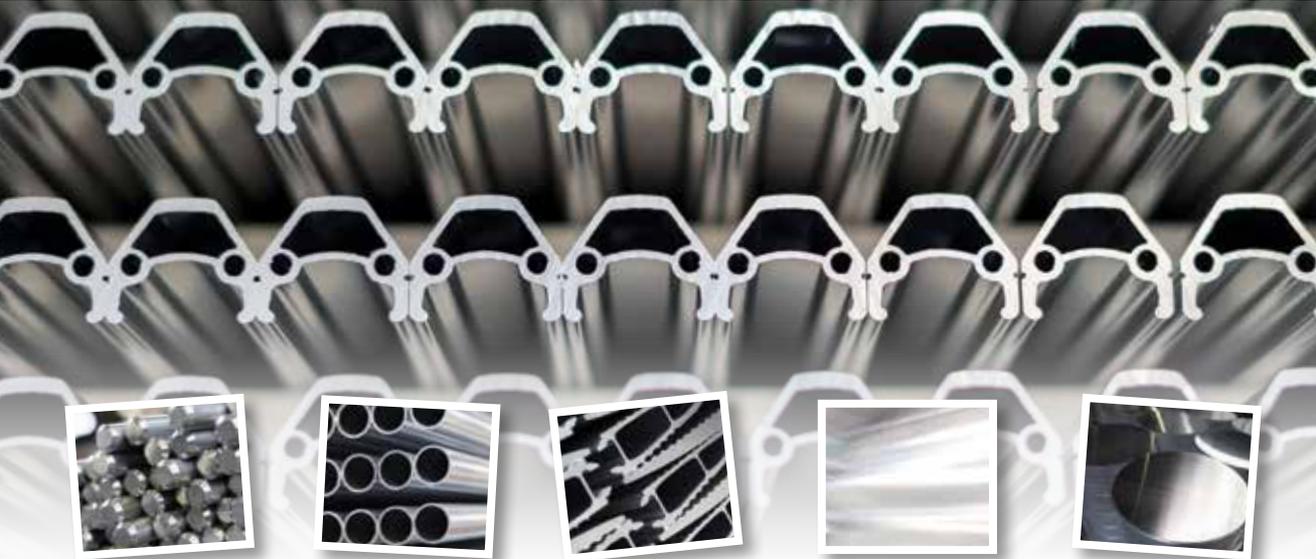
Peter Skrljep

paesi e dell'organizzatore dell'esposizione universale.

"Come nel caso di Ronaldo, troviamo altri clienti principalmente attraverso le presentazioni alle fiere. Siamo presenti in tutte le più grandi fiere dell'arredamento a Colonia, Parigi, Milano, Mosca. La cosa più importante sono, naturalmente, i mobili che vengono notati, il che significa che devono essere innovativi", afferma il direttore della società Lina Design Damjan Uršič.

L'esposizione Slovenia Design Showroom 2016 Milano

Le aziende slovene nel settore del legno e dell'arredamento che producono prodotti o forniscono servizi nel settore del legno, e le aziende nel settore del design contemporaneo, architettura in legno, edilizia e sviluppo delle tecnologie industriali innovative nel settore del legno quest'anno, per la seconda volta, si presenteranno all'esposizione Slovenia Design Showroom a Milano. Il nome dell'esposizione, che sarà organizzata dal 3 al 9 aprile presso lo spazio espositivo di 220 ►



BARRE

TUBI

PROFILI

FOGLI

DISCHI

impol
Aluminium Industry

◀ metri quadrati del Centro Culturale e la Galleria San Fedele nel centro di Milano, è: Il design come possibilità di cambiamento: I punti salienti del design sloveno in legno.

“L’esposizione Slovenia Design Showroom Milano 2017 è volta a rafforzare la visibilità del design industriale sloveno, l’architettura in legno e la lavorazione dei prodotti innovativi in legno sui mercati internazionali, e allo stesso tempo apre le porte a nuovi contatti d’affari delle aziende slovene nel settore del legno e consente anche di conseguire maggiori prezzi di vendita,” spiega l’agenzia SPIRIT Slovenija che organizzerà l’esposizione insieme al Ministero per lo sviluppo economico e la tecnologia della Slovenia e la Direzione per il legno.

Allo stesso tempo aggiungono che nel contesto dell’esposizione promozionale sono in programma almeno due eventi speciali con contenuti promozionali, commerciali o professionali. L’esposizione Slovenia design showroom Milano 2017 e gli eventi collaterali si svolgeranno in una serie di eventi fuori dalla fiera, come il “Fuorisalone” e il Milano Design Week 2017 durante la famosa 56° Fiera dell’arredamento Salone del Mobile Milano 2017.

In che modo la Direzione per il legno insieme al Ministero per l’economia contribuiranno a rafforzare la presenza del settore del legno e dell’arredamento sui mercati esteri, in aggiunta a queste esposizioni a Milano, e quali saranno i mercati in primo piano? “Quest’annoosterremo le presentazioni di gruppo in fiera e le delegazioni d’affari delle aziende del legno e dell’arredamento in Francia, Italia e nel Regno Unito. Le aziende hanno dimostrato un maggior interesse per questi mercati. Attualmente stiamo investigando il potenziale delle aziende per il mercato tedesco dove le nostre aziende sono chiaramente presenti ma al momento non esprimono un interesse per partecipare alle presentazioni di gruppo in fiera,” spiegano alla Direzione per il legno.

Il settore ha continuato a crescere anche lo scorso anno

Le aziende del settore del legno e dell’arredamento hanno generato insieme nel 2015 più di 1,2 miliardi di euro di fatturato. “I ricavi netti delle vendite sui mercati esteri nel settore della lavora-



Urban Stebljaj

Il settore sloveno del legno e dell’arredamento esporta in Italia maggiormente mobili, case prefabbricate, elementi di legno e legna da ardere, afferma il direttore dell’Associazione dell’industria del legno e dell’arredamento Igor Milavec.

zione e della trasformazione del legno sono aumentati del 13,1 per cento, mentre la loro quota nella struttura del ricavo netto è stata del 56,4 per cento. Anche nel settore dell’arredamento, i ricavi netti delle vendite sui mercati esteri sono aumentati del 5,6 per cento, mentre la loro quota dei ricavi è stata del 45,8 per cento. In tutto, i ricavi netti del settore di lavorazione del legno, i redditi dalle vendite sui mercati esteri, sono aumentati dell’11,3 per cento. Con le vendite sui mercati esteri, il settore ha generato il 53,3 per cento del reddito”, ha riassunto così Igor Milavec i risultati del settore nel 2015.

I risultati del settore per l’anno 2016 non sono ancora disponibili. Ma secondo i dati attuali di cui dispone l’Associazione dell’industria del legno e dell’arredamento prevedono che nell’ultimo anno il settore ha continuato a crescere. “E precisamente sia nel campo della lavorazione del legno, costruzione in legno e mobili. Abbiamo registrato anche una crescita dell’occupazione e un aumento delle iscrizioni nelle scuole medie e superiori nel settore del legno”, ha dichiarato Igor Milavec.

I mercati d’esportazione più importanti per il settore sono la Germania, l’Italia, l’Austria e la Croazia. Le esportazioni verso l’Italia sono aumentate del 7,1 per cento nel 2015, verso la Germania del 4,5 per cento, verso l’Austria dell’8,8 per cento e verso la Croazia del tre per cento.

Le esportazioni verso il mercato italiano aumentano ancora

Due anni fa le esportazioni del settore della lavorazione del legno verso l’Italia sono



Spirit Slovenia

L'esposizione Slovenia Design Showroom Milano 2017 è volta a rafforzare la visibilità del design industriale sloveno, l'architettura in legno e la lavorazione dei prodotti innovativi in legno sui mercati internazionali.

aumentate del 7,1 per cento. Ci interessava sapere se la crescita dello scorso anno era stata ugualmente alta. "Non abbiamo ancora i dati per il 2016 ma si stima che questa tendenza continuerà poiché il mercato italiano è uno dei più vicini e più importanti per noi, oltre alla Germania, Austria e Croazia. In Italia, attualmente, esportiamo maggiormente mobili, case prefabbricate, elementi in legno e legna da ardere", ha specificato l'intervistato. Come ha spiegato, all'associazione vogliono aumentare la quota delle esportazioni di prodotti e servizi

ad alto rendimento, come le case e gli edifici prefabbricati in legno, mobili ovvero attrezzatura d'ingegneria per hotel e edifici pubblici e le attrezzature delle navi.

"Per il nostro settore il potenziale maggiore sul mercato italiano è rappresentato comunque dall'esportazione delle costruzioni in legno prefabbricate in cui abbiamo sia le competenze e le conoscenze specifiche di ingegneria sismica che le strutture in legno e gli infissi" ha concluso l'intervistato.

Sabina Petrov

Per l'industria slovena della lavorazione del legno il più grande potenziale sul mercato italiano è l'esportazione delle costruzioni prefabbricate in legno in cui abbiamo sia le competenze che le conoscenze specifiche d'ingegneria sismica, stimano all'interno dell'associazione di settore.



Le aziende slovene di legno e arredamento aumenteranno le vendite in Italia

L'anno precedente le aziende nel settore sloveno del legno e dell'arredamento hanno creato più di 1,2 miliardi di euro di fatturato, più del 53 per cento di questi con le vendite sui mercati esteri, come dimostrano i dati di

cui dispone l'Associazione dell'industria del legno e dell'arredamento presso la Camera di Commercio della Slovenia.

I primi tre mercati d'esportazione più importanti per il settore sloveno del legno e dell'arredamento sono la Germania, l'Italia, ►

FORBIZ d. o. o.

Forbiz – lo specialista per il trasporto di liquidi alimentari potabili

«L'Italia è per noi uno dei mercati più importanti. A esso è legato quasi il 70 per cento dei nostri affari», ha detto Bojan Fortuna, amministratore dell'azienda slovena Forbiz, specializzata nel trasporto di liquidi alimentari potabili in cisterne. Il volume d'affari sul mercato italiano aumenta ogni anno di circa un decimo.

La Forbiz svolge l'attività di trasporto in Slovenia e su una più ampia regione dell'Unione europea – in particolare in Italia, Germania, Spagna, Francia, Austria, Paesi Bassi, Belgio, Polonia e Ungheria – e nei paesi dell'ex Jugoslavia. L'attività primaria è il trasporto del latte. Ogni giorno visitano circa 500 fattorie slovene dalle quali trasportano il latte nelle latterie. L'anno scorso hanno trasportato 100 milioni litri di latte nelle latterie italiane.

Sempre in cerca di nuove nicchie di mercato

Trasportano anche altri liquidi, tra i quali prevalgono il vino, l'olio commestibile, basi di frutta e glucosio e altre materie prime. In Italia trasportano molti oli commestibili, dall'Italia invece soprattutto succhi e glucosio, olio di cocco e palma, per il produttore Ferrero invece anche il cioccolato e il burro di cacao. Come spiega Bojan Fortuna, sono sempre in cerca di nuove sfide d'affari e nicchie di mercato. Una di queste è proprio il trasporto di cioccolato, scoperto dieci anni fa e per questo hanno comprato cisterne speciali con pompe per il versamento e il travaso.



Il parco macchine dell'azienda Forbiz è di 57 veicoli, tutti attrezzati in base alle regole e agli standard di igiene, sicurezza, ecologia e tecnologia.

Con gli ali acquirenti viene stabilita un'attiva collaborazione partneriale

«L'orientamento della nostra attività è un'immediata reattività, l'adeguamento alle esigenze e ai desideri del partner commerciale e la qualità del servizio offerto», spiega Fortuna. «Siamo consapevoli che il tempo è un bene sempre più prezioso, e quindi con un alto grado di precisione, progettazione e coordinamento del processo di lavoro, ci sforziamo di essere efficienti ed efficaci», sottolinea l'interlocutore e aggiunge che si sforzano a stabilire una collaborazione attiva con i partner commerciali. La base della loro strategia di business è un personale altamente competente. Conducenti esperti e qualificati garantiscono che i servizi siano effettuati in modo affidabile, rapido e sicuro.

Forte attenzione all'igiene e all'ecologia

Sono molto orgogliosi della loro ultima acquisizione, l'autolavaggio specializzato per le cisterne con cui lavano i propri veicoli, ma offrono i servizi anche sul mercato. «È stato un grande investimento che ci permetterà di svolgere un servizio ancora migliore. Il lavaggio nel nostro business è molto importante perché la pulizia è essenziale per garantire una buona qualità nella catena alimentare», ha detto Fortuna. Aggiunge anche che quest'anno intendono sostituire alcuni veicoli più vecchi, e aumenteranno anche la gamma di veicoli che attualmente è composta da 57 veicoli. Alla fine dell'anno con i nuovi veicoli saranno in grado soddisfare i più recenti standard ambientali. In generale, dedicano molta attenzione all'ecologia. Così, tutte le acque di scarico generate nei veicoli durante la manutenzione e il lavaggio, sono pulite nel proprio stabilimento di trattamento delle acque.



L'ultima acquisizione è un autolavaggio specializzato per le cisterne.



Forbiz d. o. o.

Struževo 88, SI-4000 Kranj, Slovenia

Tel.: +386 8 200 94 11

E-mail: info@forbiz.si

Sito web: www.forbiz.si

◀ L'Austria. L'anno precedente le aziende slovene hanno aumentato le vendite sul mercato tedesco del 4,5 per cento, sul mercato italiano del 7,1 per cento e sul mercato austriaco dell'8,8 per cento.

Nel 2015 le aziende slovene del settore del legno e dell'arredamento hanno esportato quasi 111 milioni di euro di merce, di cui 22 milioni di euro di mobili e 88 milioni di euro di prodotti in legno.

La Riko Hiše in Italia crea un terzo delle vendite

“Il mercato italiano è molto importante per noi perché un terzo delle vendite è creato proprio in Italia che oltre alla Gran Bretagna rappresenta il mercato principale, però siamo presenti anche in Germania, Svizzera, Francia e altri paesi dell'UE,” ha detto il direttore dell'azienda Riko Hiše Bojan Lukšič. Al riguardo ha aggiunto che per una crescita di successo e il rafforzamento della presenza sul mercato italiano (e su altri mercati) è importante in primo luogo il prodotto di qualità, la rete ben sviluppata e l'eccellente cooperazione con i partner d'affari, architetti e designer. “Finora abbiamo convinto molti investitori e acquirenti di case con i nostri sistemi di costruzione prefabbricata in legno e questi riferimenti sono sicuramente un eccellente punto di partenza per continuare il nostro percorso di successo che abbiamo delineato per l'Italia,” sottolinea l'interlocutore.

Lo scorso anno la Riko Hiše ha raggiunto con successo gli obiettivi e migliorato il risultato rispetto all'anno precedente. “Siamo certi che quest'anno il risultato sarà ancora migliore per le numerose opportunità sul mercato che seguiamo con successo, realizziamo e, la cosa più importante, ne creiamo di nuove.”

Alla domanda, come convincono gli acquirenti in Italia e altrove, Bojan Lukšič risponde: “Con prodotti di qualità e sistemi di prevendita, vendita e post vendita di qualità. L'azienda Riko Hiše ha tutti i certificati per i propri sistemi di costruzione che confermano la loro qualità al più alto livello possibile. Poiché costruiamo esclusivamente su ordinazione, siamo in grado di adattarci anche alle aspettative più esigenti dei nostri clienti. I nostri



Mateja Bertonec

Bojan Lukšič, Riko Hiše:

«Finora abbiamo convinto molti investitori di edifici pubblici e acquirenti di case in Italia con i nostri sistemi di costruzione prefabbricata in legno.»

clienti riconoscono questo come un vantaggio. La Riko Hiše tratta ogni cliente individualmente, proviamo sempre a ottimizzare le sue aspettative ed esigenze e siamo attenti alla redditività economica dell'investimento. Offriamo anche tutto il sostegno possibile anche dopo il trasferimento.

Per Jelovica l'Italia è un mercato strategico

La produttrice di case prefabbricate e finestre in legno slovena, Jelovica, lo scorso anno ha generato sul mercato italiano 1,2 milioni di euro di vendite. “Il mercato italiano è uno dei nostri mercati strategicamente più importanti, anche se li raggiungiamo un valore delle vendite leggermente inferiore rispetto al mercato svizzero, tedesco e austriaco. La nostra presenza sul mercato è rafforzata con la partecipazione alle diverse fiere che promuovono la costruzione prefabbricata in legno e attraverso una rete di agenti”, ha detto Tomaž Rogelj, responsabile per le esportazioni nell'azienda Jelovica hiše.

Alla domanda su come convincono gli acquirenti in Italia e altrove, ha risposto: “La Jelovica è attiva nel mercato italiano, principalmente nel segmento tra aziende B2B, entriamo in contatto e concludiamo affari con le imprese di costruzione esperte



Tomaž Rogelj, Jelovica hiše: «Il mercato italiano è uno dei nostri mercati strategicamente più importanti, anche se li raggiungiamo un valore delle vendite leggermente inferiore rispetto al mercato svizzero, tedesco e austriaco.»

che operano nel campo delle costruzioni prefabbricate in legno. Gli acquirenti decidono di collaborare con noi principalmente per gli anni di esperienza che abbiamo, per il know-how e per il supporto efficiente che offriamo.”

Per quest’anno la Jelovica ha in programma di raggiungere una vendita simile a quella del 2016. “In generale, nelle vendite di esportazione di quest’anno realizzeremo vendite per circa sei milioni di euro,” ha detto Tomaž Rogelj.

La Ledinek Engineering è fortissima nello sviluppo

Il produttore sloveno di macchine per la lavorazione del legno ad alta tecnologia, la Ledinek Engineering di Hoče nei pressi di Maribor, la seconda città più grande della Slovenia, crea il 98 per cento delle vendite nei mercati esteri più esigenti. “Nel 2016 abbiamo completato con successo numerosi progetti in tutto il mondo, come ad esempio il progetto Schneider in Germania, il

Arhiv Jelovica hiše

HETA ASSET RESOLUTION

EDIFICI COMMERCIALI E DI PRODUZIONE PRONTI PER GLI AFFARI



Indirizzo: Goriška cesta 6c, Vipava
 Anno di costruzione: 2009
 Piani: Piano terra, mezzanino e 1° piano
 Superficie utile netta: 4.564 m²
 - Ufficio ed esposizione: 1.513 m²
 - Area di produzione: 2.010 m²
 - Magazzino: 787 m²
 - Servizi: 254 m²
 Posti auto: 50
 Prezzo: 2.150.000 EUR



Localizzazione

Vendiamo locali commerciali nella nuova zona commerciale-industriale di Vipava (Vipacco), accanto all'autostrada Ljubljana – Nova Gorica, a soli 100 metri dall'uscita autostradale Vipava. La struttura è adatta ad imprese di piccole-medie dimensioni con un proprio programma di vendita e produzione.

◀ progetto SEPA in Finlandia, il progetto KLH in Austria e Cypress in Giappone”, ha detto Ana Rihtar, assistente dei direttori all’azienda Ledinek.

L’azienda, che è cresciuta sulle fondamenta di una bottega officina di un mastro bottaio, ha un’unità di sviluppo forte con circa 30 esperti che scoprono nuove tecnologie e metodi di trattamento dei materiali. Poiché negli ultimi anni è presente sul mercato una forte tendenza nella costruzione di case di legno, hanno sviluppato una tecnologia per produrre i cosiddetti pannelli CLT che costituiscono le pareti delle case. Le loro macchine consentono la produzione di molti altri tipi di elementi - supporti per piscine, padiglioni e altre strutture complesse in legno.

Il nostro grande vantaggio è la costruzione di progetti chiavi in mano, il che significa che siamo forti non solo nello sviluppo di macchinari, bensì anche nel settore di linee con programmi ad ampio spettro. Così, siamo in grado di realizzare anche le esigenze e i desideri più complessi e creare una macchina che la concorrenza rifiuta all’acquirente. Naturalmente, si tratta di una tecnologia d’ingegneria meccanica di classe superiore, con prestazioni eccezionali e velocità di taglio fino a 900 metri al minuto. Non abbiamo una produzione in serie, per questo in quasi tutti i progetti è necessario includere lo sviluppo”, ha sottolineato l’intervistata.

Hanno anche sviluppato una tecnologia che rende possibile rimuovere le irregolarità



Irena Herak

Ana Rihtar, Ledinek Engineering: «Costruiamo progetti chiavi in mano, il che significa che siamo forti nello sviluppo di macchine per la lavorazione del legno.»

nel legno di qualità inferiore, le nuove parti corte vengono poi unite per lunghezza, larghezza e per blocchi. “Così otteniamo un prodotto con un elevato valore aggiunto poiché un tale legname ha una maggiore stabilità dimensionale nel prodotto. Poiché si tratta di una costruzione veloce, economica ed ecosostenibile, posso dire che questa è la tecnologia del futuro,” sottolinea Ana Rihtar.

Sabina Petrov

Indirizzi utili

► **Ambasciata della Repubblica di Slovenia a Roma**

Bogdan Benko, ambasciatore

sloembassy.rome@gov.si

www.rim.veleposlanistvo.si

► **Consolato Generale della Repubblica di Slovenia a Trieste**

Ingrid Sergaš, consolato generale

kts@gov.si, sloconsulate.trieste@gov.si

www.trst.konzulat.si

► **Consolato Generale della Repubblica di Slovenia – Ufficio economico di Milano**

sloconsulate.milan@gov.si

zorko.pelikan@gov.si, suzana.stamenkovic@gov.si

www.investslovenia.org

► **Rappresentanza dell’Organizzazione Turistica Slovenia di Milano**

www.slovenia.info

► **Agenzia pubblica SPIRIT**

www.spiritslovenia.si

► **Holding statale slovena**

www.sdh.si



Soluzioni complete

PETROL

Energy for life

MUMESCO

SOLUZIONI COMPLETE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Il gruppo Petrol è la società energetica più grande in Slovenia e una delle società commerciali slovene più grandi con un ruolo importante nella regione. Le sfide del mondo moderno ci hanno portato negli ultimi dieci anni a sviluppare una gamma di soluzioni complete nel campo dell'energia, dell'infrastruttura, degli edifici, dell'ambiente e della mobilità. Siamo la così detta impresa **MUMESCO (Multi Utility, Mobility and Environmental Service Company)**, uniamo in un solo punto lo sviluppo delle regioni, dei comuni, del settore pubblico e dei servizi, dell'industria e dell'economia domestica. Investiamo in progetti di efficienza energetica e di fonti energetiche rinnovabili quali motori di sviluppo e **garantiamo risparmi di energia.**

MUMESCO è il concetto commerciale unico di Petrol che supera i termini MUSCO (Multi utility service company) ed ESCO (Energy Service Company) denominando l'impresa energetica del futuro.

Più di **400 esperti di energia Petrol** nella regione dell'Europa centrale e sudorientale hanno realizzato con successo già centinaia di progetti. Il nostro obiettivo è diminuire il consumo di energia, il che è importante sia dal punto di vista economico che del mantenimento dell'equilibrio naturale. Lo sviluppo della società Petrol è orientato verso l'approvvigionamento energetico completo con l'accento sull'utilizzo **efficiente di energia e sulla gestione responsabile delle risorse che porta all'economia circolare.**

Le nostre soluzioni comprendono **la produzione, la distribuzione e la consegna di energia**, l'efficienza è garantita invece **dall'ottimizzazione** di tutti i sistemi di distribuzione e funzionamento e **dalla gestione del consumo** di energia e acqua. Il cerchio sostenibile è compiuto con il riutilizzo dei rifiuti come risorsa di energia e con lo sviluppo di una mobilità permanente ed è confermato dai risultati credibili legati a risparmi energetici, di sostanze e ambientali.

CONTRATTI ENERGETICI

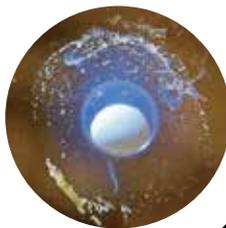
L'approvvigionamento contrattuale di energia e la garanzia contrattuale di risparmi sono i modelli contrattuali più frequenti legati all'esecuzione dei progetti energetici. Il vantaggio sostanziale è che non avete **bisogno di un iniziale investimento finanziario**, poiché la maggior parte delle risorse di investimento per la realizzazione di misure viene garantita da Petrol. Assumiamo anche i rischi tecnici ed economici per la realizzazione e la gestione del progetto e garantiamo risparmi nel consumo dei prodotti energetici rispetto al passato.

IN UN ANNO ABBIAMO RISPARMIATO AI NOSTRI PARTNER:

5,8 milioni di euro, **1,8** milioni di m³ di acqua, **40** milioni di kWh di energia elettrica e prevenuto il rilascio di **39.800** tonnellate di CO₂.

I dati sono per il 2014.

»I draghetti« nelle Grotte di Postumia stanno crescendo benissimo



Alla fine di gennaio abbiamo segnato un anno esatto da quando il Proteo ha deposto le prime uova nello specchio d'acqua delle grotte da cui sono nate dopo quattro mesi le prime larve del proteo. La notizia sui "draghi" si è diffusa l'anno scorso in un batter d'occhio per tutto il mondo.

I draghetti assomigliano alla mamma drago

"I giovani protei stanno crescendo benissimo e assomigliano molto alla mamma drago. Sono

protei in miniatura. Attualmente hanno nove mesi di vita e sono lunghi circa sei centimetri, sono ancora pigmentati e con occhielli visibili che alla fine verranno coperti dalla pelle", hanno detto della loro crescita nelle Grotte di Postumia.

Come ha contribuito alla visita delle Grotte di Postumia, la più grande attrazione turistica slovena, la notizia sui cuccioli del Proteo? «La notizia ha fatto il giro del mondo e in un tempo relativamente breve abbiamo registrato un numero incredibile di pubblicazioni dei media in tutti i continenti. Tra di loro c'erano molti dei più importanti media mondiali che sono naturalmente anche molto influenti. L'interesse per il proteo ha quindi stimolato le visite e questo si riflette nel numero crescente di visitatori delle Grotte di Postumia e del Vivaio del Proteus. Anche dopo un anno i media ancora chiedono informazioni sulla crescita dei draghetti.»

L'interesse suscita il successo del progetto

Oltre ai piccoli draghi l'interesse è suscitato anche dal successo dello staff delle Grotte di Postumia in questo progetto. "Il numero di larve schiuse allo stesso tempo è un successo veramente grande. Abbiamo stabilito condizioni che hanno consentito la deposizione delle uova e lo sviluppo di ben 21 piccoli draghetti sani, il che è un risultato eccezionale. Siamo davvero orgogliosi che da una situazione del tutto

La più grande attrazione turistica slovena è stata finora visitata da 37 milioni di persone provenienti da tutto il mondo. Tra i visitatori stranieri delle Grotte di Postumia ci sono al primo posto gli ospiti provenienti dall'Italia.



Iztok Medja, Postojnska jama



La notizia sui “dracchi” in Slovenia, ovvero sul Proteo che ha deposto le 64 uova, si è diffusa l’anno scorso in un batter d’occhio per tutto il mondo.



Alex Hyde/Postojnska jama

inaspettata, quando la schiusa si è verificata davanti al pubblico nella grotta più visitata in Europa, giorno dopo giorno ci siamo presi cura prima delle uova e poi delle larve e abbiamo allestito il laboratorio di maggior successo in tutto il mondo in questo momento,” hanno affermato.

Un grande anniversario il prossimo anno

Il prossimo anno le Grotte di Postumia celebreranno un grande anniversario. Nel 2018 saranno trascorsi esattamente 200 anni da quando, durante i preparativi per la visita dell'imperatore austriaco Francesco I, il nativo Luka Čeč scoprì le sezioni interne delle Grotte di Postumia.

La ricchezza delle stalattiti nella grotta è finora stata visitata da oltre 37 milioni di visitatori da tutto il mondo. Le Grotte di Postumia sono anche le uniche grotte in Europa che permettono ai turisti di vederle in treno. Tra i visitatori stranieri sono al primo posto gli ospiti provenienti dall'Italia.

Sabina Petrov

www.petek-transport.si



**RAPIDO
MODERNO
SEMPLICE
CON VOI ALLA META**



L'anno scorso nei centri termali sloveni ci sono stati più ospiti dall'Italia



Aleš Beno

L'anno scorso circa 77 mila ospiti italiani hanno trascorso le vacanze nei centri termali sloveni. Il loro numero è salito del quattro per cento rispetto al 2015. Il numero di pernottamenti nei centri termali fatto registrare dagli ospiti italiani è invece salito del sei per cento rispetto all'anno precedente. Con più di 228 mila pernottamenti nei centri termali sloveni gli ospiti italiani si

Lo scorso autunno siamo rimasti davvero colpiti dalla crescita del 16,4 per cento degli arrivi di visitatori stranieri e abbiamo registrato il 13,7 per cento di pernottamenti in più, ha detto il direttore dell'Associazione dei centri termali naturali della Slovenia **Iztok Altbauer**.

sono piazzati al secondo posto, subito alle spalle degli austriaci.

“Nei centri termali sloveni siamo molto soddisfatti del numero di visite ma specialmente del numero di pernottamenti degli ospiti italiani nel 2016. Dimostrano che gli ospiti italiani hanno nuovamente scelto i centri termali sloveni e i programmi di benessere per trascorrere le vacanze in Slovenia,” ha detto il direttore dell’Associazione dei centri termali naturali della Slovenia Iztok Altbauer.

L'autunno scorso il 15 per cento più ospiti italiani

Lo scorso autunno le terme naturali slovene hanno registrato un numero superiore alla media di visitatori stranieri e indici di crescita mai registrati prima, ha detto il direttore dell’Associazione dei centri termali naturali della Slovenia. “Siamo rimasti colpiti dalla crescita di oltre il 16,4 per cento degli arrivi di visitatori stranieri e del 13,7 per cento di pernottamenti in più. Finora non avevamo mai registrato una crescita percentuale a due cifre dei pernottamenti di

ospiti stranieri dai dieci mercati principali,” ha aggiunto.

Lo scorso autunno nei centri termali sloveni gli ospiti italiani hanno generato il 15 per cento di arrivi in più, gli austriaci l’11 per cento, i tedeschi il 12 per cento, i croati il 16 per cento e i serbi ben il 50 per cento in più dello stesso periodo dell’anno precedente. “Gli ospiti provenienti dai sei mercati indicati corrispondono all’85 per cento di tutti i pernottamenti generati da ospiti stranieri,” ha spiegato Iztok Altbauer.

“La tendenza che abbiamo notato già nella seconda metà del 2015 indica la ripresa del mercato italiano ed è evidente anche nelle richieste per i servizi supplementari e questo ci rende particolarmente felici. Naturalmente, ci aspettavamo tali risultati, e siamo particolarmente soddisfatti per l’aumento del numero di pernottamenti generati, che può essere associato con un soggiorno leggermente più lungo - anche come conseguenza del periodo favorevole delle vacanze,” aggiunge l’interlocutore. ▶



VACANZE D'ESTATE

TERME DOBRNA,
Slovenia

50 % DI SCONTO*

ESTATE FIRST MINUTE

già a partire da € 74,⁰⁰ € 37,⁰⁰ a persona / 1 notte (minimo 2 notti)
14/04/2017 - 17/04/2017 (valido fino al 26/05/2017)

L'offerta include:

- ✓ mezza pensione,
 - ✓ uso illimitato delle piscine,
 - ✓ **buono wellness di € 5,⁰⁰,**
 - ✓ **1 x ingresso al centro saune,**
 - ✓ 1x dolce sorpresa nel Pool bar,
 - ✓ musica dal vivo ogni venerdì e sabato,
 - ✓ **club animazione per i bambini:** mini discoteca e mini cinema, giochi d'acqua.
- + da 2 BAMBINI GRATIS**



TERME DOBRNA
HOTELS, SPA & MEDICAL CENTRE
SINCE 1103

Prenotazioni: +386 3 78 08 110
www.it.termes-dobrna.si

Anche per quest'anno nei centri termali sloveni prevedono che i numeri riguardanti gli ospiti italiani avranno una tendenza positiva simile. Gli ospiti italiani l'hanno già confermato a gennaio di quest'anno con il 4 per cento di visite in più rispetto allo scorso anno.

Il maggior numero di ospiti viene dal Nord Italia

Alla domanda del perché gli ospiti italiani vengono da noi e da dove, Iztok Altbauer risponde: "L'ospite italiano apprezza la vasta gamma di programmi e offerte tra i quali può scegliere e le offerte speciali che i centri termali ogni giorno preparano per i loro ospiti. Conta molto anche la gentilezza del personale alla reception e nei ristoranti e, naturalmente, anche le esperienze straordinarie che offriamo nel campo dei servizi di benessere. La maggior parte dei visitatori viene dal Nord Italia ma abbiamo registrato anche alcune risposte alle attività di vendita dal centro Italia, pochissime invece dall'estremo sud del paese."

Gli ospiti italiani apprezzano la vasta gamma di programmi e offerte tra i quali possono scegliere, spiegano all'Associazione dei centri termali naturali della Slovenia.

L'offerta di programmi è vasta

L'anno scorso il numero di ospiti stranieri nei centri termali sloveni è aumentato quasi del cinque per cento. Quali offerte dei centri termali sloveni convincono gli ospiti stranieri e anche quelli locali? "L'offerta di programmi e attività è veramente vasta. Oltre ai programmi per l'ospite classico dei centri termali, che arriva principalmente per motivi di salute o per il trattamento, stanno emergendo anche i programmi di prevenzione, relax, divertimento, gli incontri d'affari e quelli per la preparazione degli atleti. Come fornitori di servizi turistici per tutto l'anno ci rivolgiamo a tutti i gruppi target da 0 a 99 anni.

L'anno scorso numerosi investimenti nei centri termali

Quest'anno gli ospiti dei centri termali sloveni saranno ancora di più affascinati per la serie d'investimenti dell'anno scorso, compiuti con successo, alcuni proseguiranno anche quest'anno. La società Terme Krka ha rinnovato le piscine esterne delle Terme Šmarješke





Rogaška Slatina è sempre più popolare tra gli ospiti italiani anche per gli effetti benefici dell'acqua Donat Mg con un alto contenuto di magnesio.

Toplice, a Otočec è invece in corso il rinnovo dell'hotel Šport e il centro sportivo.

Quest'anno si darà inizio alla ristrutturazione del centro della salute e quello della riabilitazione medica alle Terme Dolenjske Toplice, negli ultimi anni è stata rinnovata anche la spiaggia di Talaso Strugnano. "La visione dello

sviluppo sarà inoltre ulteriormente diretta verso il turismo della salute", prevedono.

Prevedono un campeggio a cinque stelle

Alle Terme Čatež vanno di pari passo con il trend del campeggio di prestigio annunciando un nuovo campeggio a cinque stelle. Sulla Riviera Termale estiva sarà rinnovato lo snack bar, tra le altre cose è prevista anche la ristrutturazione degli appartamenti del campeggio e la ristrutturazione delle camere all'Hotel Čatež e all'Aquapark Žusterna.

L'anno scorso, prima dell'alta stagione, è stata completata la prima fase dei lavori di ristrutturazione dell'hotel Ajda. Per quest'anno Sava turizem prevede la ristrutturazione dei bungalow e delle piscine interne alle Terme 3000. Anche le piscine dell'hotel Ajda saranno rinnovate. È prevista anche la ristrutturazione dell'hotel Golf a Bled.

Alle Terme Olimia, che l'anno scorso hanno celebrato i 50 anni di attività, hanno terminato la ristrutturazione del Wellness hotel Sote-

ADRIA HOME Ltd

Adria Home case mobili e tende Glamping

I prodotti Adria Home rappresentano delle oasi di lusso per offrire tranquillità e comfort in armonia con la natura. Il design intelligente studiato tenendo conto delle esigenze degli utenti moderni, creano uno stile di vita e una cultura indipendente.

La linea **Mline** e' stata sviluppata per il mercato italiano e stabilisce nuovi standard di vita e tendenze, completamente attrezzata con soluzioni innovative e materiali di qualità.

Il Glamping è una nuova forma di campeggio all'aria aperta e le tende mobili Adria lo rappresentano al meglio con soluzioni uniche di design e qualità.

Il modello di tenda **Safari** rappresenta uno stile di vita dove comfort e lusso offerto sono in primo piano. La struttura esterna è modulare e stabilisce nuovi standard nell'esperienza di vivere il campeggio a contatto con la natura. Si offrono un ampio soggiorno con sala da pranzo,

cucina completamente attrezzata, camera da letto confortevole e bagno di design, e un'area sopraelevata destinata a camera da letto come ciliegina sulla torta in tutto il contesto.

Con il nostro servizio completo "one stop shop" è possibile sviluppare un progetto per il campeggio e il Glamping, aiutando lo sviluppo del Vostro business.

Per maggiori informazioni e contatti, si prega di visitare il sito www.adria-mobilehome.com





Jure Makovec

lia. Quest'anno l'attenzione sarà focalizzata sul rinnovo completo del centro Termalija e sull'ammodernamento e ampliamento del campeggio Natura in un campeggio di lusso. Anche il ristorante Gostišče Lipa sarà rinnovato in un pub moderno. Alle Terme Tuhelj in Croazia, che appartengono alle Terme Olimia, si concentreranno sulla modernizzazione delle piscine interne ed esterne e sullo sviluppo di nuovi servizi.

I LifeClass Hotel sul Litorale hanno investito 11 milioni di euro

L'anno scorso i LifeClass Hotel sul Litorale sloveno hanno investito 11 milioni di euro. Tra i progetti spiccano la ristrutturazione dell'hotel

L'anno scorso i LifeClass Hotel sul Litorale sloveno hanno investito 11 milioni di euro, la maggior parte per il rinnovo dell'hotel Slovenija.

Slovenija, del complesso di piscine con acqua marina riscaldata, della spiaggia e i lavori di restauro parziale dell'hotel Mirna. Gli investimenti dei LifeClass Hotel saranno terminati con il completamento dell'hotel Mirna.

Nel 2017 a Thermana Laško inizieranno la prima fase della ristrutturazione dell'hotel Zdravilišče Laško. Alle Terme Zreče hanno iniziato le procedure per ottenere il marchio ambientale Ecolabel dell'UE per l'hotel Atrij Superior a Terme Zreče e per l'hotel Natura a Rogla, e sono in procinto di ottenere l'accreditamento internazionale della sanità. Il rinnovo della piscina terapeutica e del centro di salute a Terme Zreče è in fase conclusiva.

Sabina Petrov

Quattro centri termali particolarmente popolari

«Il maggior numero di ospiti italiani è stato registrato in quattro centri termali - alle Terme Čatež, Terme Olimia, Rogaška Slatina e Thermana Laško,» ha detto Iztok Altbauer. L'anno scorso hanno ottenuto gli indici positivi per le visite degli ospiti italiani.

«Una destinazione particolarmente richiesta è Rogaška Slatina dove la percentuale di ospiti italiani dell'anno scorso era già sostanzialmente superiore rispetto all'anno precedente. Bisogna sottolineare la specificità di Rogaška Slatina con quattro grandi complessi alberghieri, mentre l'offerta di base è costituita dal Medical center Rogaška che è particolarmente noto per il trattamento con l'acqua

minerale termale Donat Mg - acqua unica e molto ben conosciuta e apprezzata dagli ospiti italiani. Inoltre, la percentuale più elevata e, ovviamente, la più grande attrazione, soprattutto per i programmi estivi AQUA FUN, è rappresentata dalle Terme Čatež, con più del 30 per cento di tutti gli italiani nei centri termali naturali sloveni. Ben diverso è il gruppo target di ospiti che scelgono le Terme Olimia con programmi di benessere eccellenti, con una quota di oltre il 15 per cento, e la Thermana Laško che dà risalto ai programmi ayurvedici e rappresenta il dieci per cento di tutti gli italiani nei centri termali naturali sloveni», ha detto l'interlocutore.

Alle Terme Olimia prima i triestini, poi i milanesi



«Gli ospiti italiani prestano particolare attenzione alla cucina. I nostri piatti sono freschi e preparati con ingredienti di produzione locale,» ci racconta Vasja Čretnik, il direttore marketing di Terme Olimia.

Il centro termale sloveno più importante per gli ospiti provenienti dall'Italia sono le Terme Olimia a Podčetrtek. Si trovano nel Parco regionale Kozjanski che si estende lungo il fiume Sotla e vanta un paesaggio naturale meravigliosamente conservato. Questo è protetto accuratamente dagli agricoltori locali, alle Terme Olimia invece permette di coccolare gli ospiti non solo con il paesaggio pulito ma anche con il cibo prodotto localmente. Questo dà ai piatti un particolare buon gusto.

Oltre alle acque rilassanti e curative, il centro di benessere e i massaggi, è la cucina che è particolarmente importante per i nostri ospiti italiani. Per loro bisogna avere molti primi piatti e cibi preparati freschi. Il nostro personale parla anche l'italiano, ha spiegato il procuratore e direttore marketing di Terme Olimia Vasja Čretnik.

Un quinto degli ospiti stranieri arriva dall'Italia

Gli ospiti stranieri rappresentano il 60 per cento di tutti, un quinto arriva dall'Italia. Negli ultimi 15 anni vi si stanno dedicando in modo intenso. All'inizio si sono concentrati sulla Slovenia quelli più vicini, provenienti da Trieste e Udine, oggi invece arrivano in automobile anche ospiti da Milano, Padova, Bologna. A Podčetrtek restano per circa tre giorni e mezzo.

Come spiega Vasja Čretnik, il successo è cominciato 10 anni fa con la costruzione dell'hotel Sotelia. "L'Hotel Sotelia è stato già rinnovato l'anno scorso. Poi abbiamo costruito anche il Wellness Orhidelia - il complesso di pi-



scine di lusso con saune e stanze per massaggi e altre attività per la cura del corpo e l'offerta gastronomica. La prima cosa che convince gli ospiti è l'architettura di entrambe le strutture con la quale abbiamo cercato di farli sentire il più possibile vicini alla natura. Per gli italiani la cucina è molto importante e la conoscenza della lingua italiana è obbligatoria. Alla nostra reception tutti la parlano, i camerieri conoscono almeno i termini di base. Al centro di benessere è necessario avere un buon programma perché gli ospiti provenienti dall'Italia sono amanti di vari massaggi e programmi di bellezza", ha sottolineato l'interlocutore.

Mateja Bertonec

I FEEL
SLOVENIA

www.slovenia.info
#ifeelsLOVEnia

SANA SLOVENIA

Prenditi cura di te!

*Lasciati coccolare dalle acque termali e dai loro fattori curativi
nei nostri 14 centri termali.*

Verde. Attiva. Sana.