

FiloDiretto

Il Magazine d'informazione di PROMOTURISMOFVG

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA



I NUMERI
DELL'ESTATE

Il Friuli Venezia Giulia
fa il pieno di stranieri

STAMPA E TV
IN FVG

A ottobre tanti
giornalisti in regione

PROMOZIONE
TURISTICA

Si riparte con fiere
workshop ed eventi

#07

Ottobre 2023

FESTA
TRA MARE
E TERRA,
BARCOLANA
SALUTA
L'ESTATE

BARCOLANA®55



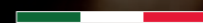
IO SONO SAPIENZA



Nella natura, nella storia, nell'esperienza della semplicità, nei rituali che da 250 anni vengono tramandati quotidianamente. Io sono **Formaggio Montasio DOP**, mi trovi su tutte le tavole della regione e mi provi in ogni singolo piatto, su taglieri, tartine e col miele. Io ti sto aspettando, **io sono Friuli Venezia Giulia**.

Info: 800 016 044 / info@promoturismo.fvg.it

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA



editoriale

“ Un'estate in salita

Il Friuli Venezia Giulia chiude la sua estate con il segno "più" di presenze. Chiude i battenti con Barcolana, l'ultimo atteso appuntamento che, inserito tra i grandi eventi della regione, segna la fine della stagione 2023.

Un'estate lunga, che per tutto il mese di settembre e anche a ottobre ha offerto la possibilità a operatori e turisti di allungare il periodo di aperture e godersi l'ultimo sole. Un'estate che ha fatto il pieno di stranieri, a bilanciare le presenze di corregionali e turisti italiani che – in linea con la tendenza nazionale – quest'anno hanno fatto scelte diverse.

La nota positiva è che il Friuli Venezia Giulia, rispetto alle altre regioni della penisola, ha avuto la capacità di reggere meglio la generale tendenza nazionale del calo di italiani, assestandosi a un quasi più 7 per cento di stranieri e chiudendo il bilancio totale con un 1,9 per cento in più di presenze, da maggio ad agosto, rispetto al precedente anno.

Risultato lusinghiero, frutto di un lavoro di squadra, di una promozione importante del territorio con un approccio che vede commisurate, in ritorni economici per la regione, le risorse impiegate, monitorando i risultati degli investimenti e guardando agli stessi, per quanto riguarda la promozione, sempre rispetto alle ricadute.

Ottobre è anche il mese della ripartenza di workshop, fiere e appuntamenti con i tour operator, per una promozione del territorio che esce dai confini nazionali anche per la parte enogastronomica, con un viaggio tra Chicago e New York, per promuovere alcuni dei prodotti del territorio, ed Ein Prosit, che ha invece ospitato a Udine i migliori chef stellati del pianeta per proporre il meglio della cucina internazionale.

Archiviata dunque l'estate si lavora già per l'inverno, con la montagna che dopo gli ottimi risultati della bella stagione si prepara a fare la sua parte.

A cura della
Direzione di PromoTurismoFVG

BARCOLANA, UN MARE DI GUSTO

Chiude la stagione dei grandi eventi l'edizione numero 55 della storica regata. PromoTurismoFVG presente nel cuore della città con l'area hospitality, l'imbarcazione "Io sono Friuli Venezia Giulia" e la promozione del territorio attraverso le sue eccellenze

Presented by
BARCOLANA[®] 55 GENERALI
IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA
www.turismofvg.it

Poco vento ma tanto entusiasmo, allegria e centinaia di migliaia di appassionati e non che hanno raggiunto Trieste per vivere l'atmosfera e assistere alla regata più spettacolare del mondo. Da oltre mezzo secolo Barcolana rappresenta la festa del mare di Trieste, una festa inclusiva e popolare, che ha la capacità di unire e fondere la passione per la vela a una manifestazione sportiva che ha saputo rendere famoso il capoluogo

del Friuli Venezia Giulia oltre i confini nazionali e internazionali. Inserita tra i grandi eventi in grado di promuovere il territorio e la destinazione, è un appuntamento al quale non manca PromoTurismoFVG, che quest'anno era presente in piazza Unità con l'area "Hospitality Barcolana Io sono Friuli Venezia Giulia", spazio in cui accogliere ospiti, eventi, presentazioni, incontri e anche intrattenimenti musicali.

Da oltre mezzo secolo Barcolana rappresenta la festa del mare di Trieste, una festa inclusiva e popolare, che ha la capacità di unire e fondere la passione per la vela a una manifestazione sportiva

Inaugurato il 30 settembre, lo stand di trecento metri quadrati con un palco, un'area dedicata a meeting e uno spazio per l'enogastronomia, con vini provenienti da tutte le Doc regionali, il prosciutto di San Daniele e il formaggio Montasio proposti in degustazione a tutti gli ospiti, è stato una vetrina delle eccellenze del territorio, arredato al suo interno con alcuni complementi forniti dall'azienda Calligaris, altro sinonimo di eccellenza del "fare" regionale.

Diversi, come detto, gli appuntamenti organizzati tra presentazioni (tra cui "Aquileia, una guida" in collaborazione con Fondazione

Aquileia), premiazioni ed eventi, in aggiunta a due serate musicali con deejay e intervalli musicali del sassofonista Luca Sax e del violinista Pierpaolo Foti.

Il marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia" è stato protagonista dal vivo della regata, correndo con un'imbarcazione brandizzata

Il marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia" è stato protagonista dal vivo della regata, correndo con un'imbarcazione brandizzata, un Solaris 50 (con il numero 106), condotta da Hans-Peter Steinacher, due volte oro olimpico di vela (Sydney 2000 e Atene 2004). Nata con lo scopo di mantenere un punto di branding anche nel cuore della manifestazione velica, è stata scelta una barca del principale cantiere della regione, Solaris Yachts, che riportava sul boma, sul gonfalone e sulla vela il logo del Friuli Venezia Giulia: rimasta ormeggiata da giovedì a domenica sulle rive, ha anche ospitato diversi incontri istituzionali e accolto alcuni momenti stampa.



della vela, e il coinvolgimento di alcuni influencer marketing e il content creator Roberto de Rosa, che ha fatto conoscere ai suoi 377mila follower la Barcolana Sup Race, organizzata a Grado, con partenza dalla spiaggia Imperiale e arrivo al Mandracchio, nell'ambito di "Barcolana Crew", progetto che ha coinvolto l'intero golfo di Trieste rendendo protagonisti i più importanti centri nautici della zona, da Grado a Portorose. A Grado, per la gara di sup, era presente il truck "Io sono Friuli Venezia Giulia" e ai par-

Proprio in occasione della 55° edizione della Barcolana, tra le attività di comunicazione legate alla promozione del Friuli Venezia Giulia è stato organizzato un viaggio stampa per cinque giornalisti nazionali (Donna Moderna, L'Espresso, Dove Viaggi - Corriere della sera, Man in Town e Sportoutdoor24), sono stati realizzati diversi servizi televisivi dal Tg3 nazionale, promosse attività di comunicazione anche in inglese e tedesco per aumentare la visibilità dell'appuntamento e campagne media e social, tra quiz e curiosità su Trieste e il mondo

Proprio in occasione della 55° edizione della Barcolana, è stato organizzato un viaggio stampa per cinque giornalisti nazionali (Donna Moderna, L'Espresso, Dove Viaggi - Corriere della sera, Man in Town e Sportoutdoor24)

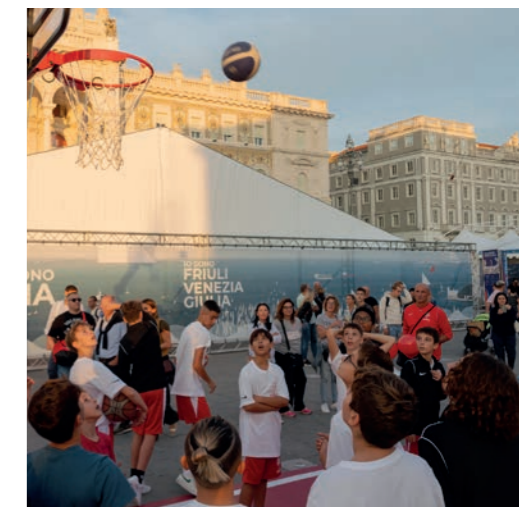


UNO SGUARDO AI SOCIAL

3.316.260 utenti raggiunti
9.505.691 impression
40.557 reazioni ai post

I PIÙ CLICCATI

Video sul caffè con oltre **168mila** utenti e oltre **94.500** reazioni e sulla terminologia marinara che ha raggiunto più di **72mila** utenti



tecipanti sono stati consegnati dei kit omaggio con alcuni gadget della regione e pacchi gara con prodotti enogastronomici a marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia".

Un investimento sotto più profili che, oltre a coinvolgere la Regione attraverso PromoTurismoFVG, ha richiamato anche le attività del tavolo dell'imposta di soggiorno del capoluogo, a rafforzare l'intenzione di dare massima visibilità a questo importantissimo appuntamento.

ESPERIENZE

Grande successo per le esperienze da vivere a Trieste durante la settimana di Barcolana commercializzate sul portale Regiondo: oltre 23.000 le visite portate sul sito

TRENI STORICI, PROSSIME FERMATE TRA STORIA, ENOGASTRONOMIA E TRADIZIONI



**Domenica
5 novembre**

Treno della Grande Guerra
da Udine a Forgaria nel Friuli
e Pinzano al Tagliamento



**Martedì
5 dicembre**

Treno dei Krampus
da Trieste a Tarvisio



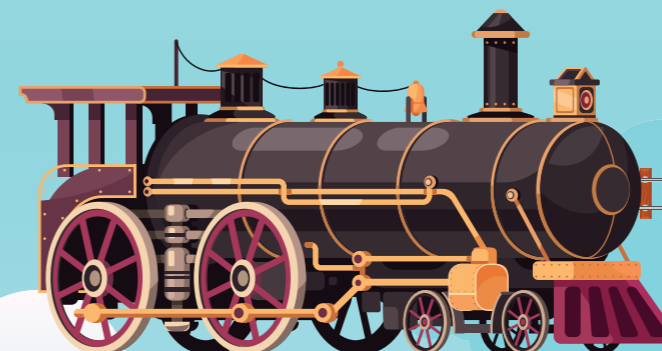
**Sabato
4 novembre**

Treno della Grande Guerra
da Trieste a Redipuglia



**Domenica
29 ottobre**

Treno autunno in
"Pedemontana del Friuli"
da Sacile a Meduno



**Domenica
17 novembre**

Treno dei Presepi
e dei Mercatini di Natale
da Gemona del Friuli
a Poffabro, Polcenigo
e Sacile

**Domenica
12 novembre**

Treno del Formaggio
da Sacile a Gemona
del Friuli



COSA ABBIAMO FATTO

Ecco alcune delle attività che hanno impegnato le diverse aree di PromoTurismoFVG nelle ultime settimane

Alpe Adria Trail festeggia gli 11 anni con una passeggiata tra i confini

Un evento transfrontaliero per celebrare l'anniversario del cammino che, da 11 anni, unisce Friuli Venezia Giulia, Carinzia e Slovenia. Erano circa trecento gli appassionati di trekking che lo scorso 7 settembre sono partiti dal monte Quarin, a Còrmons, per poi raggiungere il castello di Dobrovo nel Collio sloveno, per una passeggiata alla scoperta di natura, storia, amicizia ed enogastronomia tra queste terre di confine. Alcuni tratti delle tappe 30 e 31 hanno fatto da scenario all'evento aperto a tutti gli appassionati di cammini, lungo il sentiero che, per una decina di chilometri tra salite e discese, tra momenti di approfondimento e pause enogastronomiche, ha offerto l'occasione di assaporare le specialità del Collio e della Brda. L'evento è stato organizzato da PromoTurismoFVG e dal TIC Brda con il supporto del Comune di Cormons, dell'Ente regionale per il Turismo della Carinzia e dall'Agenzia di Turismo della Slovenia.



L'Italia delle Regioni, FVG presente a Torino

A Torino, in occasione del Festival delle Regioni, c'era anche il Friuli Venezia Giulia con PromoTurismoFVG che ha partecipato alla manifestazione con uno stand, un paio di appuntamenti musicali e uno spazio dedicato al dibattito in compagnia del giornalista Toni Capuozzo. Il tema dei confini è stato al centro degli approfondimenti con due spettacoli a cura di Piccolo Opera Festival esibitosi in "Musica senza confini", mentre "Gorizia 2025: una storia senza confini" è stato il focus dell'intervento di Capuozzo che, partendo da una riflessione sul ruolo del Friuli Venezia Giulia nella storia durante i due conflitti mondiali ha spostato l'attenzione su Gorizia, capitale della Cultura 2025 assieme a Nova Gorica, ponendo l'accento sull'importanza, a oggi, di un "non confine" che finalmente unisce, ma anche sulle tantissime ricchezze di questa regione, storiche, culturali, paesaggistiche ed enogastronomiche. In piazza Castello, nel capoluogo piemontese, il Villaggio delle regioni ha accolto per tre giorni un pubblico variegato per conoscere meglio territori e prodotti, con molto interesse per Trieste, i cammini e l'enogastronomia.

FVG all'International Wine Expo di Chicago

Il 22 e il 23 ottobre la Regione, con PromoTurismoFVG, ha affiancato la Camera di commercio di Pordenone Udine all'International Wine Expo di Chicago, per due eventi istituzionali ai CineCity Studios. Nove le aziende vinicole e agroalimentari a rappresentare il Friuli Venezia Giulia con l'obiettivo di promuovere la destinazione sul mercato Usa. All'interno del programma della fiera sono stati organizzati due appuntamenti enogastronomici dedicati a media, importatori, distributori e ristoratori in compagnia di Fabrizio Nonis, conosciuto come il Bekè, e dei suoi showcooking: "Friuli Venezia Giulia, the place to be! A journey of taste from the Alps to the Adriatic sea", in cui è stato preparato il frico in abbinamento con due dei vini delle otto cantine friulane presenti, e "A Trip to Wines, Food and Unesco patronages in Friuli", in cui sono stati proposti i tagliolini al San Daniele e una degustazione di quattro vini delle aziende presenti. Durante il primo showcooking PromoTurismoFVG ha curato la presentazione dedicata alla regione, con un'ampia panoramica su prodotti enogastronomici, territorio e cultura, mentre il giorno successivo è stato l'ente camerale, insieme a PromoTurismoFVG, a presentare il patrimonio Unesco del Friuli Venezia Giulia.



04

La Stampa e la Repubblica: il 19 ottobre FVG protagonista

La Stampa e la Repubblica "marchiate" lo sono Friuli Venezia Giulia. Prosegue l'operazione monografici che dopo le personalizzazioni del 18 e 19 aprile sempre sulle testate torinese e romana, del 14 maggio sul Corriere della Sera dedicata alla promozione di tutti i prodotti dell'offerta turistica regionale, e l'uscita della Gazzetta dello Sport lo scorso 30 maggio per promuovere il prodotto outdoor, PromoTurismoFVG ritorna sulla stampa nazionale il 19 ottobre con le dominazioni dei due quotidiani nazionali per promuovere il prodotto enogastronomia. Sempre nella medesima giornata, anche l'inserito speciale "I piaceri del gusto" de la Repubblica ha dedicato la seconda e terza pagina al Friuli Venezia Giulia, con la promozione del fiume Tagliamento. Le attività non sono ancora terminate e il prossimo appuntamento è fissato per il 4 dicembre, data in cui è prevista l'uscita del monografico dedicato alla montagna invernale.



Walk of peace+, nuovi passi per il cammino della pace

Governance transfrontaliera del progetto, Carso triestino, Duino Aurisina, Komen e la realizzazione di un percorso per valorizzare il monte Hermada. Saranno questi i focus di "Walk of Peace+", la prosecuzione del progetto "Walk of Peace" (WoP), partito nel 2018 e conclusosi nel 2022, che fino al 2025 vedrà nuovamente collaborare Italia, con il Friuli Venezia Giulia (PromoTurismoFVG e Comune di Duino Aurisina), e Slovenia (Fundacija Poti miru v Posoju, Posoški razvojni center e il Comune di Komen), per promuovere un percorso di pace che unisce i luoghi più significativi della Grande Guerra. A Sistiana è stata presentata la nuova fase del programma che intende valorizzare il tracciato attraverso attività di promozione e accoglienza, garantirne la manutenzione e la totale percorribilità e realizzare un percorso - con relativa cartellonistica - che interessa il monte Hermada, uno dei luoghi più simbolici della Grande Guerra sul Carso triestino.



Io sono Friuli Venezia Giulia "sale" sui monti

Il nuovo layout "Io sono Friuli Venezia Giulia" sulle cime della regione. Dopo la revisione dell'allestimento grafico dei punti di informazione e accoglienza turistica di Sappada e Arta Terme - oltre all'aggiornamento visual dell'infopoint di Forni di Sopra - il lavoro sulla nuova immagine coordinata procede anche negli spazi dei diversi poli montani. Terminato il restyling grafico di Piancavallo, Forni, Sauris e Sella Nevea, si è ora giunti a Tarvisio. Un lavoro importante che intende creare un visual immediatamente riconoscibile e coordinato per far passare ai visitatori il messaggio di un sistema unico di accoglienza.



Cicloturismo, tre nuovi video in arrivo

Gemona, Collio e Colli Orientali, autunno al mare. Protagonista la bicicletta in questo "tour virtuale" che, attraverso tre video dedicati al cicloturismo, racconta alcune aree del Friuli Venezia Giulia da percorrere sui pedali. I filmati sono stati realizzati da aprile a settembre e raccontano un territorio vocato alle due ruote, in grado di soddisfare tutte le tipologie di ciclisti, semplici amatori o sportivi che usano mtb o bici da strada. Una regione con un panorama unico, in cui pedalare 365 giorni all'anno cambiando in corsa gli itinerari di viaggio grazie al crocevia di Gemona del Friuli (attraversata da tre ciclovie: Alpe Adria, Pedemontana e del fiume Tagliamento) e l'intermodalità (bici+treno, bici+bus e bici+barca).



Da Dublino per promuovere il Carso e il FVG

Da Dublino a Trieste per conoscere e promuovere il Carso come destinazione turistica. Tra il 7 e l'11 ottobre si è tenuto il primo educational nell'ambito del progetto Interreg Ita-Slo "Kras-Carso II" di cui PromoTurismoFVG è partner. In accordo con l'ufficio turistico sloveno di "Visit Kras", è stata ospitata la tour operator irlandese Ciara Mooney, managing director dell'agenzia Freedom Travel per promuovere la destinazione Carso sul mercato irlandese a seguito dell'avvio del volo Trieste-Dublino. È stata l'occasione per scoprire alcuni dei luoghi più iconici del Carso come la Grotta Gigante, la strada Napoleonica e il sentiero Rilke senza trascurare Trieste, con il castello e il parco di Miramare e una passeggiata "insolita", alla scoperta di come la bora e il vento abbiano condizionato e plasmato la città.

Sauris diventa un caso studio e si presenta al TTG

La capacità di fare rete con le istituzioni, valorizzare l'identità, il patrimonio ambientale, la storia, la cultura locale e di puntare a traguardi ambiziosi, come aggiudicarsi il titolo di "Miglior borgo turistico" da parte dell'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni unite (Unwto). Sauris è diventato un vero e proprio caso di studio e la sua esperienza è stata presentata al pubblico nazionale e internazionale del TTG Travel Experience di Rimini nel corso di una conferenza stampa nella quale, oltre a illustrare il percorso che ha portato al riconoscimento, grazie al "progetto Sauris" dell'architetto Pietro Gremese negli anni '80, è stato sottolineato come questa destinazione incarni i valori racchiusi nel marchio "Io Sono Friuli Venezia Giulia" sia per il suo modello d'accoglienza, in grado di stagionalizzare ed estendere a 365 giorni all'anno l'offerta turistica locale, in linea con le strategie di PromoTurismoFVG, sia per l'altissima qualità dei suoi prodotti tipici, tra i quali il prosciutto e le birre.



Dieci tour operator in FVG per nuove proposte di viaggio

Da Veneto, Lombardia, Liguria, Emilia-Romagna e Lazio per conoscere il Friuli Venezia Giulia. Erano dieci gli operatori turistici che a fine settembre sono stati invitati in regione nell'ambito di due educational organizzati in collaborazione con la Camera di commercio Pordenone-Udine e il Consorzio Pordenone turismo per individuare proposte di viaggio originali da proporre ai propri clienti. I due gruppi hanno trascorso quattro intense giornate alla scoperta di Udine e dei siti Unesco, così come di Pordenone, Valvasone-Arzene, Spilimbergo, Vajont, Polcenigo, Sacile, Collio e Colli Orientali del Friuli testando varie esperienze e apprezzando il momento legato al "rito del tajùt", entrando in empatia con la popolazione locale nelle osterie, e le numerose proposte legate al food tra gubana, cioccolato e wine&spirits con visita in cantine e distillerie e degustazioni curate dai produttori.



Ryder Cup, a Roma con Italy Golf & More

La Ryder Cup vetrina per la promozione del Friuli Venezia Giulia attraverso il golf. Dal 26 settembre al 1° ottobre sul percorso del Marco Simone Golf & Country Club di Guidonia Montecelio è approdata per la prima volta in Italia, a Roma, la Ryder Cup, l'edizione Tricolore con 271 partecipanti provenienti da 140 Nazioni, evento live trasmesso in oltre duecento Paesi e territori e tappa fondamentale nel percorso di posizionamento del sistema italiano nello scenario turistico-golfistico mondiale. PromoTurismoFVG, da quattro mandati capofila del progetto Italy Golf & More (FVG, Veneto, Lombardia, Piemonte, Toscana, Emilia-Romagna, Lazio, Sicilia, Sardegna) ente attuatore del piano programmatico e coordinatore del tavolo tecnico, ha lavorato per garantire la presenza di tutte le regioni alla competizione. Dal 16 al 19 ottobre PromoTurismoFVG ha quindi poi partecipato all'International Golf Travel Market a Lisbona



II PromoTurismoFVG a Caseus, una passione per i formaggi

I grandi caseifici e piccoli produttori di malga si sono dati appuntamento a inizio ottobre nella prestigiosa Villa Contarini di Piazzola sul Brenta (PD) per la XIX edizione di Caseus. Nelle due giornate si sono susseguite degustazioni guidate, abbinamenti enogastronomici, incontri con i casari, masterclass e momenti di formazione e confronto che riscuotono costantemente l'interesse di esperti, appassionati e pubblico. Gli appuntamenti organizzati da PromoTurismoFVG insieme al Consorzio Montasio Dop ed Ersa si sono articolati in due aperitivi a base di formaggio Montasio abbinato ai vini del territorio e cinque show cooking dello chef Manuel Marchetti in cui sono state alternate due ricette: riso con le mele, rosmarino e formaggio Montasio, e orzotto con pitina, pestat di Fagagna e formaggio Montasio.



Merchandising Io sono Friuli Venezia Giulia: boom di magliette e gadget

Dal lancio estivo della nuova linea di merchandising "Io sono Friuli Venezia Giulia" - in vendita nei punti informativi PromoTurismoFVG e sullo store online (www.friuliveneziagiuliashop.it) - sono più di 600 le t-shirt brandizzate acquistate in soli tre mesi. La vendita delle magliette si affianca a quella di altri articoli come borracce termiche, pochette, bandane, cappellini, ombrelli e shopper che stanno generando interesse offline e anche in rete. All'interno dei corner dedicati negli infopoint PromoTurismoFVG si trova una ricca selezione dei prodotti, mentre online è possibile acquistare la linea completa che comprende anche felpe, zaini e altri numerosi articoli.

Golf Cup, operatori ammalati dal FVG

Touoperator tedeschi in visita ai campi da golf del Friuli Venezia Giulia. Dal 9 al 13 ottobre PromoTurismoFVG ha ospitato 22 operatori dalla Germania, accanto al rappresentante della Deutscher Golf Verband (associazione tedesca golf), un delegato di Ita Airways per il mercato tedesco e il direttore e un caporedattore della testata Touristik Aktuell, rivista b2b di settore rivolta alle agenzie tedesche. L'attività rientra nelle strategie di promozione del sistema golf del Friuli Venezia Giulia in collaborazione con Enit, attraverso l'accoglienza del gruppo che ha visto gli operatori impegnati in una gara tra i campi di Spessa, Tarvisio e Pordenone, seguita da una visita per conoscere il territorio regionale tra Trieste, Miramare, Pordenone e Gorizia. Gli operatori sono rimasti entusiasti del Friuli Venezia Giulia e alcuni hanno allungato di un paio di giorni il soggiorno per conoscere altri angoli della regione.

EIN PROSIT, UN SUCCESSO STELLATO

EIN PROSIT

XXIV EDIZIONE 2023

UDINE 18 — 22 OTTOBRE



I migliori cuochi e la cucina più innovativa di tutto il mondo si sono dati appuntamento a Udine, capitale della gastronomia di alto livello per la quattro giorni di Ein Prosit. Dal 18 al 22 ottobre la città si è trasformata in un'officina del gusto e di sapori, tra i più stravaganti e raffinati, per l'edizione numero 24 della rassegna che ha visto oltre 100 chef da oltre venti Paesi del mondo per un totale di 160 appuntamenti tra cene, laboratori, degustazioni, laboratori ed eventi speciali in cui anche i prodotti regionali sono stati protagonisti.

Ristoratori e operatori udinesi hanno aperto le porte dei propri locali per ospitare la manifestazione organizzata dal Consorzio di promozione turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e del Passo Pramollo alla quale anche PromoTurismoFVG ha offerto supporto, accogliendo alla preview a Trieste oltre 20 giornalisti specializzati sul fine dining e provenienti da tutto il mondo (Australia, Giappone, Stati Uniti, Sud America, Africa ed Europa) che hanno avuto modo di visitare parte del territorio.

Quartier generale di chef e giornalisti italiani e internazionali – circa cinquanta quelli arrivati in città – anche per quest'anno l'osteria al Cappello, che in collaborazione con Agrifood FVG ha dato il benvenuto agli ospiti offrendo i vini dei Consorzi del Friuli Venezia Giulia, Prosciutto di San Daniele e il formaggio Montasio, oltre che alcuni prodotti a marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia", con i quali sono state confezionate 50 box dedicate alla stampa come welcome kit.



Ristoratori e operatori udinesi hanno aperto le porte dei propri locali per ospitare la manifestazione dedicata alla cucina gourmet

PROMOZIONE TURISTICA, SI RIPARTE

Tra settembre e ottobre sono ricominciate fiere,
workshop e roadshow

Roadshow Italia: workshop Mestre, Modena e Firenze

Mestre, Modena e Firenze sono state le tappe della sessione autunnale del roadshow FVG 2023 dedicato al mercato italiano che a fine settembre ha coinvolto 16 seller regionali e oltre 110 buyer.

Dopo gli incontri tra domanda e offerta, è stata organizzata una presentazione della regione prima con una proiezione di slide e video a raccontare i volti diversi del territorio, poi, per la proposta enogastronomica, con uno showcooking e la preparazione dei "blecs", tipico piatto friulano, il racconto di aneddoti e curiosità sulla cucina regionale e una degustazione di vini in abbinamento ai piatti.

A Mestre e Modena i buyer hanno dichiarato di essere interessati a inserire la regione in programmazione già nel 2024, mentre a Firenze un quarto degli intervistati vuole inserirla nelle proposte ai clienti entro il 2023, la medesima percentuale (28%) nel 2024 e i restanti valutano una programmazione futura. I tour operator hanno apprezzato la varietà di paesaggi, di offerta, di proposte, così come la natura, la genuinità e l'autenticità del territorio, aspetti a cui i turisti stanno prestando una crescente attenzione e rappresentano gli elementi distintivi delle destinazioni di successo.



A Kensington un sapore di FVG

Più di 40 tour operator inglesi hanno partecipato alla serata promozionale dedicata al Friuli Venezia Giulia lo scorso 25 settembre a Londra, nel prestigioso quartiere di Kensington. Un evento dedicato ai tour operator del settore in cui gli operatori regionali intervenuti, in rappresentanza di tutto il territorio hanno fatto conoscere ai buyer britannici una regione che li ha molto incuriositi, una nuova destinazione per itinerari touring tra visite culturali e scoperte enogastronomiche, non senza dimenticare la parte dell'offerta outdoor. Agli incontri one-to-one è seguita una presentazione immersiva sensoriale e una cena standing per favorire il networking tra tutti i partecipanti degustando i prodotti regionali.

TTG: domanda sempre più attenta alla destinazione

Appuntamento immancabile quello del TTG Travel Experience per 26 operatori regionali e, naturalmente, PromoTurismoFVG che dall'11 al 13 ottobre ha partecipato alla fiera del turismo di Rimini, quest'anno dedicata al tema dell'utopia. Grande afflusso da parte del pubblico, a testimoniare la forte ripresa delle fiere in presenza e altrettanta soddisfazione da parte degli operatori regionali, rientrati dalla Romagna entusiasti per l'elevato interesse e i contatti raggiunti, con la consapevolezza di una domanda sempre più attenta al Friuli Venezia Giulia, sia da parte dei tour operator europei, ma anche extra europei alla ricerca di nuove destinazioni. Tra le richieste più gettonate borghi, anche montani, bike, eventi, vacanza nella natura per periodi lunghi e non solo per short break.

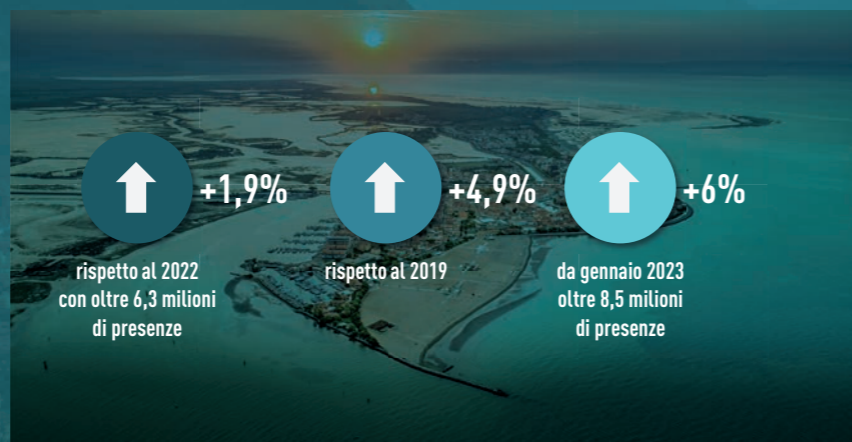


FOCUS ON: I NUMERI DELL'ESTATE

L'ESTATE 2023 FA IL PIENO DI STRANIERI

Un'estate con il "più", in controtendenza rispetto alla media nazionale. Si chiude così la stagione del Friuli Venezia Giulia, con una crescita del 1,9 per cento rispetto al 2022 e oltre 6,3 milioni di presenze da maggio ad agosto, tra aumento degli stranieri e un calo di presenze italiane.

A trainare il turismo estivo montagna e città, con rispettivamente +6,7% e +6,6% sul 2022, mentre il mare mantiene ottimi numeri con una crescita dell'1% sul 2019 e rimane in linea con la precedente stagione.



Questi alcuni dei dati illustrati nel corso della conferenza stampa dell'11 ottobre a Trieste, nel Palazzo della Regione, in cui sono state ricordate anche alcune delle principali attività e strategie messe in campo per la promozione della destinazione nella stagione estiva, tra le quali destagionalizzazione, campagne media di grande impatto, la riconoscibilità del marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia" e la capacità di fare squadra.

Stagione che ha visto un significativo balzo in avanti degli stranieri: da maggio ad agosto nel 2023 si conta il +6,8%, quasi 2,3 milioni di presenze provenienti da Austria e Germania e +28% di turisti anglofoni, con il +62,1% dall'Irlanda - complice anche il nuovo volo Trieste-Dublino avviato da marzo- +29,3% Regno Unito e +25% dall'Est Europa (Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Ungheria), terzo mercato della regione dopo quello di lingua tedesca.



Scendendo nel dettaglio, anche la montagna se l'è cavata più che bene, con un +14,25% nel Tarvisiano, Sella Nevea e Pramollo, +2,7% Carnia e +5,1% Piancavallo e Dolomiti friulane - oltre al +42% di ticket sugli impianti rispetto all'estate 2022 con +58% di incassi - a testimonianza che la scelta di destagionalizzare funziona, così come le città che nel complesso hanno raggiunto il +6,6.

Nel 2023, da gennaio, complessivamente, il Friuli Venezia Giulia conta su un +6% e oltre 8,5 milioni di presenze rispetto al 2022, con l'obiettivo, come sottolineato in conferenza stampa, di raggiungere entro fine anno i 10milioni di presenze.

LA DESTAGIONALIZZAZIONE FUNZIONA



sugli impianti rispetto all'estate 2022

209.078 accessi agli impianti per un incasso di 2.310.600 €

dal 3 luglio **ZIPLINE TARVISIO**
1.179 passaggi, oltre 29mila euro di incasso

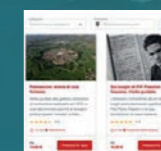
LE PRESENZE



MIGLIAIA DI ATTIVITÀ SU TUTTO IL TERRITORIO



19MILA FVG CARD da inizio anno
+20% rispetto al 2022



Oltre il **40%** di attività in più su **REGIONDO**



9MILA partecipanti da gennaio alle oltre **1500** visite guidate dedicate alla cultura



1000 esperienze tra giugno e ottobre in montagna in collaborazione con **7** reti e consorzi

Una finestra sul cinema

2.367.500 la dotazione del Film Fund
(1,6milioni nel 2022 e 1,2 milioni nel 2021)

21 produzioni
tra la prima e la seconda call del 2023*

19.922.000 di spesa diretta
delle produzioni sul territorio

oltre 35 milioni di euro*
ricadute complessive

La più vista

Fiori sopra l'inferno
4,8milioni di telespettatori e uno share del 25%

*si deve ancora chiudere la terza call dell'anno dei bandi

QUOTIDIANI, PERIODICI E TV: GLI APPUNTAMENTI DI OTTOBRE

Giornalisti alla scoperta dei piccoli produttori locali

In viaggio tra i sapori del Friuli Venezia Giulia. Dal 17 al 20 ottobre PromoTurismoFVG ha accolto cinque giornalisti di testate italiane (Il Messaggero, Touring, Italia a Tavola, Italia Squisita e Italia Oggi) specializzati in enogastronomia e turismo per conoscere e raccontare le storie dei piccoli produttori locali, lungo la Strada del vino e dei sapori, attraverso il marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia" ed "Eudaimonia - La rivoluzione della Felicità", lungometraggio del regista Swan Bergman dedicato alla riscoperta di lavori artigianali e a contatto con la natura. Una decina le aziende visitate e alcuni ristoranti che propongono prodotti artigianali e a chilometro zero, toccando Udine e provincia, la Carnia e le Dolomiti Friulane, il Collio e Gorizia. L'educational si è concluso a Udine con una cena ad "Ein Prosit".



Riflettori puntati sulla regione

Telecamere accese sul Friuli Venezia Giulia: a inizio ottobre le riprese di "Freedom-Oltre il confine" condotto da Roberto Giacobbo e in onda sul canale Focus di Mediaset ha regalato un'immersione nella storia e nei misteri irrisolti della regione, dalle grotte di Pradis al bunker di Ugovizza, dall'ipogeo celtico di Cividale alle storie di contrabbando sul confine tra Nova Gorica e Gorizia, per chiudere con il ritrovamento dello scettro di Carlotta d'Asburgo al castello di Miramare.

Aquileia e la laguna di Grado sono state invece raccontate nel nuovo format televisivo di Rai2 "Origini" condotto da Francesco Gasparri e Valentina Caruso in onda domenica 29 ottobre alle 15.



Domenica 8 ottobre è andata in onda, sempre su Rai2, la puntata di "Paesi che vai, luoghi, detti, comuni" condotta da Livio Leonardi, alla scoperta della città di Udine e di castelli e dimore storiche del territorio, attraverso rievocazioni, figuranti in costume, danze popolari e rococò. Oltre al castello udinese sono stati protagonisti anche quello dei Villalta, il palazzo degli Antonini, Villa Pace di Tapogliano e Villa Manin di Passariano, per concludere il racconto nelle bellezze paesaggistiche del parco naturale delle Prealpi Giulie.

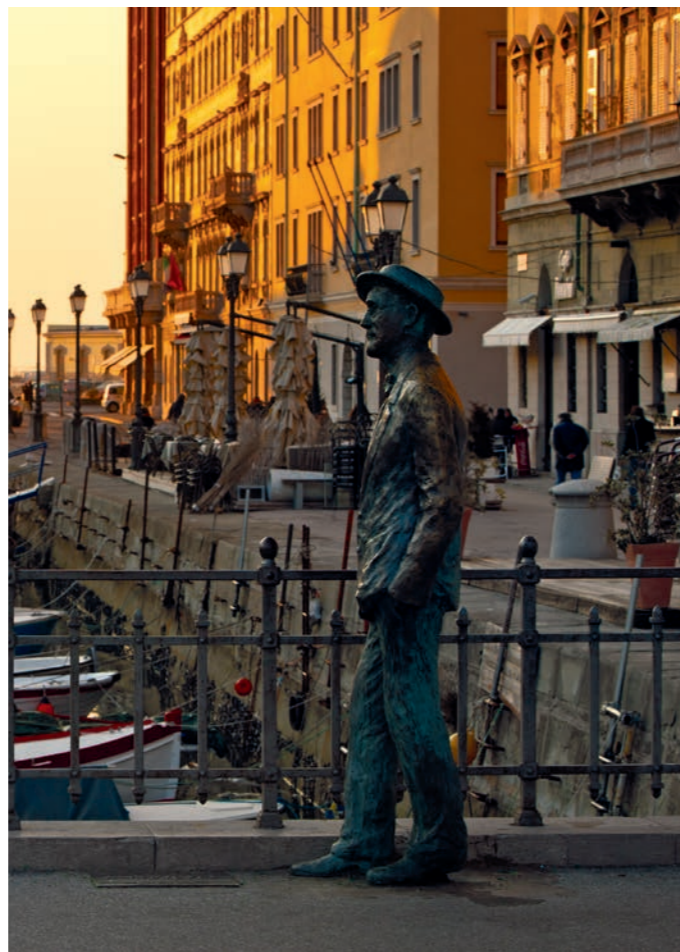
Altre messe in onda d'eccezione del mese di ottobre: Melaverde di Canale5 con la Carnia e lo Zoncolan, lo scorso 8 ottobre; le Valli del Natisone con le due produzioni su Rai3 Geo venerdì 20 ottobre e il Walk fo peace su La7 in "Una giornata particolare" di Aldo Cazzullo.

Germania, Austria, Inghilterra...

Quattro giorni di riprese e interviste a Timau e a Tarvisio per la troupe di ArteTv, canale franco-tedesco trasmesso in Germania, Austria e Francia, per la realizzazione di un reportage tra la Valcanale e la Carnia, seguendo il percorso tracciato da Ilaria Tuti nei suoi romanzi con le montagne della Val Saisera, di Cave del Predil e della Carnia.

Il quotidiano austriaco Salzburger Nachrichten è stato in viaggio stampa a Trieste per un racconto che parte dai caffè storici per arrivare alle torrefazioni, agli importatori e al Museo del Caffè fino all'esposizione Trieste Espresso Expo e al Trieste Coffee Festival, che vede la città affermarsi sempre più come "capitale italiana" di questa bevanda.

Grado ma anche Aquileia e Palmanova hanno accolto i giornalisti della rivista tedesca "All4Family" per un servizio sulla destinazione e l'offerta dedicata a bambini e genitori, mentre a fine ottobre una troupe televisiva britannica di Discovery Channel ha fatto tappa a Venzone per la produzione di un documentario storico-scientifico sul terremoto del 1976 e in particolare sulla frazione di Portis Vecchio.



... e anche Le Monde a Trieste

Dal 16 al 20 ottobre il giornalista della testata francese Le Monde, Pierre Sorgue, torna in Friuli Venezia Giulia per scoprire la Trieste del passato, del presente e del futuro passando in rassegna, tra le varie, il Porto Vecchio, ITS Arcademy, il parco di San Giovanni e i locali di musica jazz della città.

L'articolo sarà pubblicato già a novembre e il giornalista ha manifestato la volontà di tornare in regione per approfondire altri angoli del territorio.

Un occhio alla formazione...

● SOCIAL MEDIA MARKETING

Il 4,5 e 18 ottobre sono stati organizzati tre webinar a cura di Noiza dedicati a Meta advertising (Facebook e Instagram) e Google My Business, aperti a tutti gli operatori interessati, per essere aggiornati sulle ultime novità.

● "ASCOLTO DELLA RETE"

Il 24 ottobre sono stati presentati i dati sul sentiment online della regione da luglio a settembre con focus Barcolana aperto a tutti gli operatori interessati, a cura di Giulio Selvazzo, The Data Appeal Company e HBenchmark.

● INTERNAZIONALIZZAZIONE PMI

Una panoramica sui principali aspetti da conoscere per cogliere le opportunità di crescita che derivano dal processo di internazionalizzazione, una delle slide più importanti per le imprese italiane del settore turistico: il webinar, a cura di Giulio Selvazzo, si è tenuto il 25 ottobre ed era aperto a tutti gli operatori.

IN BREVE

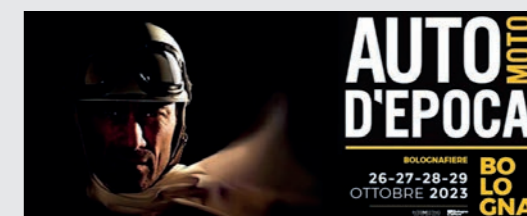


Guide turistiche: un convegno nazionale a Trieste

Sabato 28 ottobre PromoTurismoFVG ha preso parte al convegno nazionale Aigae (guide naturalistiche) a Trieste con un intervento sulla valorizzazione del territorio tramite sentieri e cammini. Tra gli altri temi trattati nell'ambito dell'incontro "Condurre nei cambiamenti: responsabilità e contraddizioni del turismo in ambiente", il turismo in ambiente marino, ipogeo, la biodiversità e la sostenibilità.

Auto e moto d'epoca, FVG presente

Anche PromoTurismoFVG era presente con uno stand alla 40° edizione di Auto e Moto d'Epoca, che per la prima volta si è spostato nel quartiere fieristico di Bologna raddoppiando gli spazi, per promuovere il territorio regionale e le attività.



Alpe Adria Trail, un premio a Villaco

L'Alpe Adria Trail vince il premio 2023 Primus Kleine Zeitung come miglior progetto per la valorizzazione dell'area Alpe Adria. Anche PromoTurismoFVG, come partner del progetto, era presente a Villaco per ritirare il prestigioso riconoscimento.

I PROSSIMI APPUNTAMENTI

XVII EDIZIONE **golosaria 23**
LA TRADIZIONE E' INNOVAZIONE

4-5-6
NOVEMBRE
ALLIANZ MICO
MILANO

4 - 6 Novembre
Golosaria
Milano

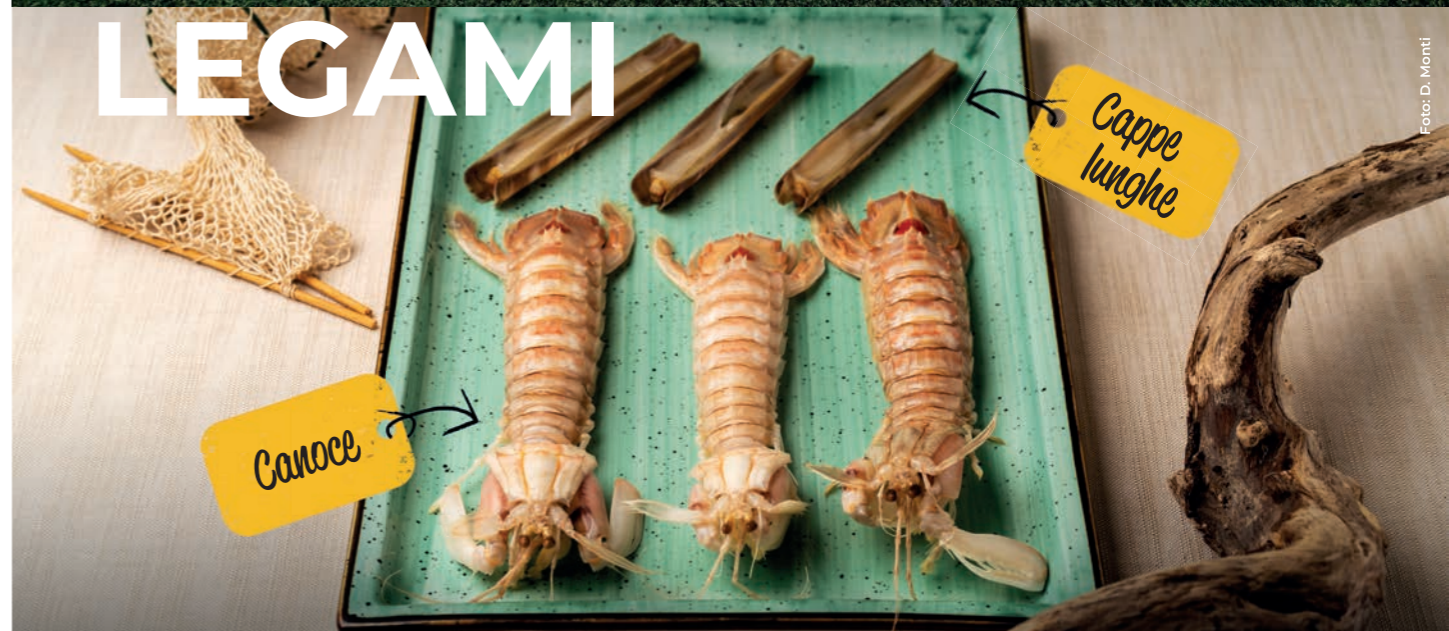
Novembre
Prevendita Skipass

ibtm® WORLD
BARCELONA, SPAIN
28 - 30 Nov 2023

25-30 Novembre
IBTM World
Barcellona



IO SONO LEGAMI



Nella calma della laguna, nelle oasi naturali, tra le reti dei pescherecci che ogni giorno, dall'acqua, tornano a terra. Io sono il **pesce** dell'alto Adriatico, mi trovi su tutte le tavole della regione e mi provi in ogni singolo piatto. Io ti sto aspettando, **io sono Friuli Venezia Giulia.**

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA



IO SONO STUPORE

EMERGENCY

Foto: F. Gallina

Nelle mie tradizioni, nei miei paesaggi,
nella mia gente, tra contrasti e biodiversità
di colline uniche, di colori intensi.
Mi trovi tra gli splendidi **vigneti** della regione
e mi provi con ogni piatto, in ogni calice e su tutte le tavole.
Io ti sto aspettando, **io sono Friuli Venezia Giulia**.

Info: 800 016 044 / info@promoturismo.fvg.it

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA

