

FiloDiretto

Il Magazine d'informazione di PROMOTURISMOFVG

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA



FVG SU RAI
MEDIASET E LA7

In onda lo spot
sulla regione

VIENNA
E BERLINO

GO!2025
assieme al FVG

TURISTI IN
AEROPORTO

L'identikit
dell'utente

#I2

Marzo 2024

ARRIVEDERCI INVERNO, È TEMPO DI PRIMAVERA



VOGLIA DI MARE? C'È LA SOLUZIONE: FRIULI VENEZIA GIULIA

130 chilometri di costa, diverse località e stabilimenti balneari, avventure in laguna, sport acquatici e divertimento per tutta la famiglia, dalla mattina alla sera. **Se hai voglia di mare, il Friuli Venezia Giulia è la tua soluzione.**

**IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA**

www.turismofvg.it

Foto: T. Balestra

editoriale

Salutiamo la stagione della neve per aprire le porte alla primavera. Il Friuli Venezia Giulia lo fa presentando il bilancio dell'inverno e lanciando uno spot in tivù in onda questi giorni sulle reti Rai e Mediaset, La7 e canali kids, per invitare sempre più persone a scoprire o ritornare in regione.

Una stagione, quella invernale 2023/2024, che nonostante le condizioni meteo non sempre favorevoli se l'è cavata al meglio, registrando in alcuni poli un ottimo numero di presenze, in salita rispetto all'annata precedente.

L'ultimo polo a fermarsi sarà quello di Sella Nevea e, stando alle previsioni, il bilancio chiuderà in positivo per tutti i comprensori. Segno che la passione per lo sci, il mondo della neve e il turismo della montagna invernale rappresentano un settore non solo che tiene, ma in crescita, che affianca agli sport un'offerta extra sci in grado di accontentare tutti.

Se da un lato si pensa a tirare le somme di questi mesi invernali, dall'altro lo sguardo è rivolto al futuro e alla prossima stagione estiva. Lo spot dedicato al Friuli Venezia Giulia trasmesso fino al 13 aprile sul piccolo schermo è stato un altro passo per promuovere la regione con un messaggio ad effetto, così come la quarta di copertina apparsa su The Times qualche giorno fa con una pubblicità dedicata alla regione, scegliendo una delle forme più efficaci di advertising in grado di catturare l'attenzione del pubblico e offrire un'ampia visibilità.

“ Il FVG apre le porte alla primavera

Un invito a venire a scoprirci, che rafforza tutte le azioni e le attività in corso – tra le numerose produzioni tv, eventi, workshop in tutta Europa – per rendere la nostra regione sempre più aperta ai turisti.

La Pasqua e le festività che accompagneranno il prossimo mese rappresenteranno un primo banco di prova per la nuova stagione, che ci prepariamo ad accogliere con diverse novità.

A cura della
Direzione di PromoTurismoFVG

SI CONCLUDE LA STAGIONE INVERNALE, TANTI GIOVANI IN PISTA



Presentati i dati della stagione sciistica: i poli più gettonati Tarvisio,

Sappada e lo Zoncolan

La stagione della neve sta per chiudere i battenti e, nonostante il maltempo, le poche precipitazioni nevose e le temperature oltre la media stagionale, i sei comprensori del Friuli Venezia Giulia terminano in positivo.

Dall'8 dicembre, giorno in cui è stata inaugurata la stagione sciistica in tutti i poli della regione, Piancavallo, Sappada-Forni Avoltri, Forni di So-

pra-Sauris, Ravascletto-Zoncolan, Tarvisio e Sella Nevea, al 26 marzo compreso sono stati registrati 815.523 primi ingressi (giornate sci) e la previsione è di raggiungere gli 835mila primi ingressi al 14 aprile, giorno in cui anche l'ultimo comprensorio, quello di Sella Nevea, chiuderà al pubblico (mentre gli altri cinque terminano il giorno di Pasquetta).

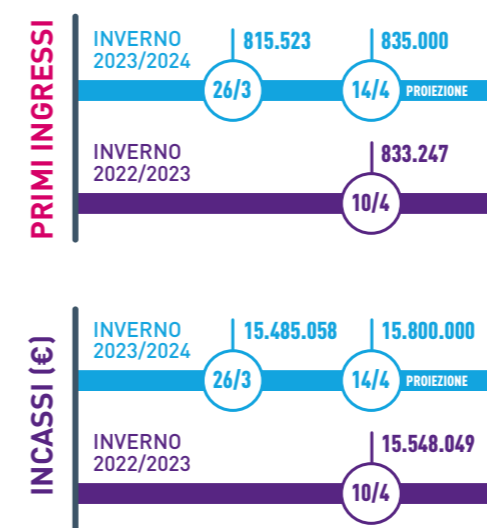
Un aumento di sciatori sulle piste che corre di pari passo a un incremento anche delle presenze turistiche della montagna, cresciute da dicembre a febbraio del 5,3% rispetto allo scorso anno

Ottimi numeri, se si considera che la precedente stagione aveva visto al 10 aprile 833.247 giornate di sci. Sul fronte degli incassi, già il 26 marzo l'ammontare della vendita degli skipass raggiungeva quella di chiusura stagione 2022/2023, e si punta a un incasso di 15,8 milioni di euro.

Un buon risultato se si considera una serie di variabili che certamente non hanno influito positivamente sull'andamento della stagione dello sci, in primis il meteo, che ha condizionato negativamente i numeri in due appuntamenti fondamentali, come l'Epifania e il carnevale, e anche per tre weekend di maltempo tra febbraio e marzo.



COM'È ANDATA LA STAGIONE INVERNALE



N.B. RISPETTO ALLA STAGIONE SCORSA

GIORNATE PERSE Epifania Carnevale 3 Weekend a febbraio/Marzo

Mancano ancora Pasqua, Pasquetta e 14 giorni ad Aprite di Sella Nevea

Alla somma totale andranno aggiunte Pasqua e Pasquetta, oltre alle due settimane di apertura delle piste di Sella Nevea fino a metà aprile. Il bilancio del turismo sulla neve 2023/2024 è stato presentato il 29 marzo nel palazzo della Regione, a Trieste, nella conferenza stampa in cui è stata fatta una sintesi dell'andamento degli ultimi anni, che attestano una crescita dal 2018 del 7,8 per cento e del 16 circa per cento dalla stagione 2014/2015.

Un aumento di sciatori sulle piste che corre di pari passo a un incremento anche delle presenze turistiche della montagna, cresciute da dicembre a febbraio del 5,3% se confrontato rispetto allo stesso arco temporale dell'anno scorso,

con un più 7 per cento del Tarvisiano e Sella Nevea, più 5,1 della Carnia e il più 3,3 per cento di Piancavallo. In generale, quel che emerge da un'analisi dei dati, è sicuramente il successo di una delle novità introdotte, la categoria "junior", che ha esteso agli under 20 la possibilità di sciare a 10 euro al giorno e ha registrato un +18,5% di vendite di skipass, con quasi 108mila ticket distribuiti rispetto ai 90.583 della stagione passata.

Tra le altre tipologie di skipass, i più utilizzati sono stati lo Sci@ore, da tre e quattro ore, e il giornaliero.

Un'ulteriore novità introdotta riguardava le casse automatiche, che ha permesso di eliminare in più occasioni e nelle giornate di maggiore affluenza le code, mentre i poli più gettonati sono risultati Sappada, lo Zoncolan e Tarvisio.



PISTA AI GIOVANI, GLI SKIPASS PIÙ VENDUTI

DAL 2023/2024 NUOVA TARIFFA UNDER 20
(2005/2016 compresi)

▶ **QUASI 108.000 TICKET VENDUTI (LA SCORSA STAGIONE 90.583)**

▶ **+18,5 SKIPASS PER UNDER 20**

GLI ALTRI TICKET PIÙ RICHIESTI

▶ **3 ORE ADULTO** 48.837
▶ **GIORNALIERO ADULTO** 37.137
▶ **4 ORE ADULTO** 33.362

Altri protagonisti sulla neve sono stati i grandi eventi – una quindicina quelli ospitati da dicembre – e le nazionali dello sci, italiane e straniere, che hanno scelto i poli del Friuli Venezia Giulia per ritiri e allenamenti, in particolare per la preparazione delle gare di Coppa del mondo. Tra questi team il legame si è rafforzato con la nazionale femminile svedese, che ha scelto i tracciati della regione e dello Zoncolan per prepararsi alle olimpiadi Milano-Cortina 2026 e con cui è stata avviata una partnership.

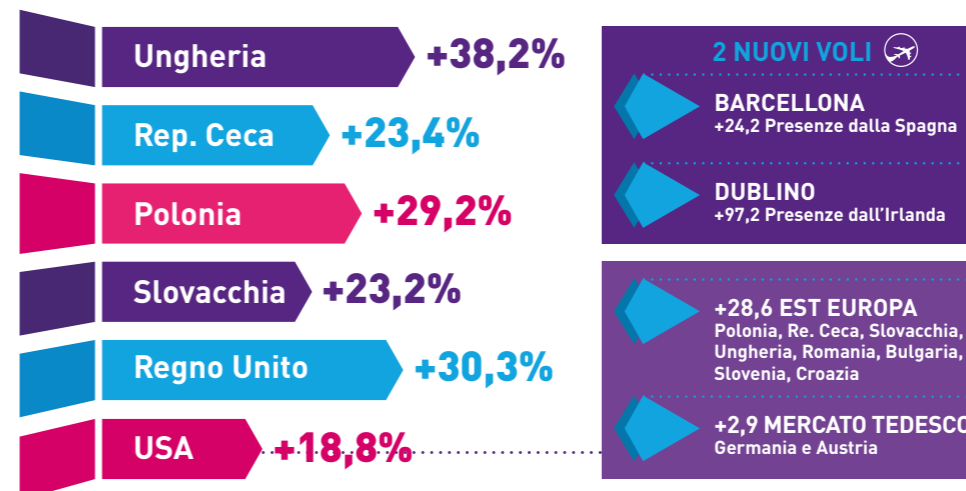
Altri protagonisti sulla neve sono stati i grandi eventi – una quindicina quelli ospitati da dicembre – e le nazionali dello sci, italiane e straniere



Nell'ambito degli workshop organizzati in Danimarca e Svezia dal 15 al 19 aprile, il 18 saranno presenti a Stoccolma anche le campionesse Sara Hector e Anna Swenn Larsson: alla presentazione della regione da parte di PromoTurismoFVG a tour operator e giornalisti, seguirà la cena con prodotti tipici del Friuli Venezia Giulia e uno showcooking con le due atlete.

L'incontro con la stampa è stata l'occasione anche per annunciare alcune novità, come il calendario delle aperture estive degli impianti in montagna, così come il Fis Alpine Junior Ski – World Championships, che tra fine febbraio e inizio marzo 2025 porterà a Tarvisio 750 atleti provenienti da 55 nazioni.

STRANIERI: CHI È CRESCIUTO DI PIÙ



Inoltre, sono stati illustrati alcuni dati del 2023, che ha visto chiudere un'annata record per le presenze turistiche, con 10 milioni 62mila presenze turistiche, un 6,9% di presenze in più rispetto al 2022 di cui l'incremento dell'11,3 per cento di stranieri e dell'1,3 di italiani. Le città hanno chiuso il 2023 con un aumento del 14,4 per cento, il mare del 2,3 e la montagna del 15,6 per cento.

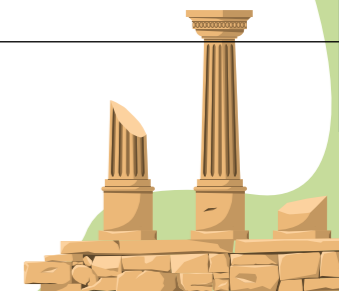
FAMILY, ESPERIENZE A MISURA DI BIMBI E RAGAZZI IN PRIMAVERA



Oasi delle Cicogne a Fagagna



Il museo in gioco
Museo archeologico nazionale di Aquileia



Centro visite della riserva
naturale Lago di Cornino

- Il Grifone, la fenice delle Alpi
- Acqua, ali e roccia

Giardino botanico Carsiana



Il mondo sotterraneo, grotte e miniere

- Grotta Gigante
- Torri di Slivia
- Grotta di Pradis
- Parco Geominerario Miniera di Cave del Predil
- Miniera di Cludinico
- Grotta di San Giovanni D'Antro



Percorsi storici della Grande Guerra

- Museo Dolina del XV Bersaglieri Monte Sei Busi
- Museo all'aperto del Monte San Michele e San Martino del Carso
- Percorso storico del Monte Brestovec
- Parco tematico della Grande Guerra di Monfalcone
- Parco tematico Grande Guerra Abschnitt Saisera



Percorsi family cycling

- Per bambini dai 6 ai 9 anni
- Per ragazzi dai 10 ai 14 anni

Sentiero tematico sulle favole di Preone

Sentiero tematico dei fossili di Preone



COSA ABBIAMO FATTO

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



Torna Melaverde, tante produzioni TV in FVG

Anche Melaverde e la sua troupe sono arrivate in Friuli Venezia Giulia: il celebre programma di Canale5 ritorna alla scoperta di tre donne produttrici sotto il segno del marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia". Un altro tassello si aggiunge al mosaico delle numerose produzioni che hanno fatto visita al territorio e con cui l'ufficio stampa di PromoTurismoFVG ha collaborato anche nel mese di marzo. Da inizio anno, come raccontato nelle precedenti puntate di Filo Diretto, sono state diverse le messe in onda dei vari format, da Linea Verde, Start, Legend ma soprattutto Life, che sarà trasmesso sabato 30 marzo alle 12.25 su Rai1 per parlare di innovazione a Trieste, fino al programma "Una giornata particolare" di Aldo Cazzullo su La7 e il longevo Geo di Rai3. A gennaio, dopo una settimana di trasmissioni di Sky - Calciomercato, sono seguiti la Rai con UnoMattina e Linea Bianca, le reti Mediaset, tra cui Canale5 e StudioAperto, e gli apprezzati format televisivi di chef Borghese, con la puntata su Gorizia di 4 Ristoranti, Bruno Barbieri - 4 Hotel in Carnia, per finire con Roberto Giacobbo e Freedom - Oltre il confine.

Biglietto gratis a chi raggiunge il FVG in treno, anche al mare

Riparte dalle località di mare, Grado e Lignano Sabbiadoro, la promozione "Scopri il Friuli Venezia Giulia con Trenitalia", che dal 28 marzo a fine maggio offrirà l'occasione di scoprire, dopo le città d'arte, le località balneari del Friuli Venezia Giulia. Prenotando un pacchetto per un soggiorno dalle due alle quattro notti, tramite l'operatore incoming convenzionato a seconda della località e del periodo e raggiungendo la località in treno, il Friuli Venezia Giulia regalerà il biglietto. Ai destinatari dell'offerta sarà inoltre consegnata la "FVGcard" della durata di 48 ore, con la possibilità di usufruire di gratuità e riduzioni per ingressi a musei o visite guidate. Dal 18 al 24 febbraio è stata anche attivata una campagna su Radio Italia per promuovere l'iniziativa.



03

Un augurio a tutte le donne sulla Gazzetta dello Sport



L'8 marzo la Gazzetta dello Sport è uscita con un omaggio alle donne, in cui il Friuli Venezia Giulia ha voluto celebrare, con una doppia pagina, le tre atlete della regione che parteciperanno alle Olimpiadi di Parigi 2024, Mara Navarria nel fioretto, Veronika Toniolo nel judo e Giada Rossi per il tennis da tavolo paralimpico.

È da pochi giorni online il nuovo sito dedicato al mondo bike in Friuli Venezia Giulia: con l'inizio della stagione primaverile, la sezione bike si è rinnovata sia nella grafica che nei contenuti. Punto di partenza è il claim "Una regione bike a 360° per 365 giorni all'anno", che evidenzia sia la diversità delle proposte presentate, suddivise tra cicloturismo (ciclovie e altri itinerari a tappe, percorsi giornalieri lineari e ad anello), mountain bike e sterrati e percorsi tematici (food&wine, siti Unesco e borghi, slow, family, no border, salite del Giro d'Italia e proposte sportive), sia l'opportunità e l'offerta di pedalare in tutte le stagioni. Ricca di novità la sezione "Lasciati ispirare - accendi la tua curiosità!", pensata per fornire differenti spunti ai ciclisti e nella quale sono inseriti, oltre ai video bike girati in regione, i principali eventi sportivi amatoriali in programma.

Il nuovo sito: www.turismofvg.it/it/bike

Bike, il nuovo sito è online

04





A Sella Nevea le finali di Coppa del mondo di sci paralimpico

Si sono concluse le finali della Coppa del mondo di sci alpino paralimpico, andate in scena sulle nevi di Sella Nevea dal 18 al 25 marzo e che hanno accolto, nell'arco di una settimana, i migliori nomi del panorama internazionale della disciplina, avvicinando oltre 500 studenti di tutta la regione al mondo paralimpico, i quali hanno assistito alle competizioni e dialogato con i protagonisti. Ancora una volta, grazie allo sport, il Friuli Venezia Giulia è stato protagonista di dirette anche nazionali che hanno trasmesso una cartolina turistica di eccezionale valore come occasione per far scoprire il territorio.

Caccia al tesoro 2.0 sulle orme di Malignani

Una nuova esperienza per visitare il centro storico in modo originale e divertente, ispirata alla figura di Arturo Malignani. La missione "E luce fu", ideata da BelPaese Express assieme a PromoTurismoFVG, permetterà di conoscere meglio non solo la città, ma anche la vita di Arturo Malignani, uno degli udinesi più illustri passato alla storia come l'Edison italiano, che, a cavallo tra '800 e '900, inventò la lampadina. Basta uno smartphone per attivare la caccia al tesoro e, mappa alla mano, immergersi in una straordinaria avventura da vivere all'aria aperta tra monumenti, vie e angoli nascosti. Attraverso una chat simil-Whatsapp si interagirà con i personaggi della vicenda, viaggiando nel tempo e cercando di portare a termine la missione, che parte da piazza Primo Maggio e si può acquistare sul sito belpaesexpress.it.



Educational tra proposte outdoor, bike e cultura

La scoperta del territorio passa attraverso i percorsi outdoor di Trieste, su testate come Style magazine, F, Il Giornale, GQ e Confidenze, mentre a Lignano Sabbiadoro i giornalisti nazionali visiteranno la località sui pedali. Sono numerosi gli educational di gruppo con i giornalisti italiani e internazionali realizzati nel quadro delle attività di comunicazione delle Imposte di soggiorno e in programma nella prima parte della primavera. I giornalisti di lingua tedesca approfondiranno invece la proposta turistica a Grado e le experience family nella località balneare di Lignano, optando invece per la cultura nel capoluogo di Trieste.



WeFood: un weekend nelle Fabbriche del Gusto

Appassionati e turisti alla scoperta dei segreti delle produzioni enogastronomiche del Friuli Venezia Giulia nelle Fabbriche del Gusto. Nel weekend del 16 e 17 marzo è andato in scena WeFood, format che ogni anno richiama migliaia di appassionati del mondo della cucina e dell'enogastronomia di qualità direttamente all'interno delle aziende. L'undicesima edizione ha visto coinvolgere diverse realtà per far vivere un'esperienza sensoriale tra showcooking, visite guidate e laboratori, tra cui: Acetaia Midolini, Azienda Agricola Corte Tomasin, Casato Bertoia, Distilleria Ceschia, Dorbolò Gubane, La Glacere e La Gubana della Nonna. Tante le aziende che hanno registrato il sold-out prima dell'inizio dell'evento e una grandissima risposta del pubblico, che ha portato centinaia di partecipanti alla scoperta delle produzioni dell'Acetaia Midolini (balsameria più grande al mondo), de La Glacere, per saperne di più sui loro salumi, ma anche de La Gubana della Nonna, dove è stato possibile avvicinarsi ai dolci tipici della tradizione.



"The White Club", a Trieste si gira il film di Pennetta

Fino al 16 marzo Trieste è stata ancora protagonista di un set cinematografico. Le riprese del film "The White Club", la coproduzione internazionale tra Svizzera, Italia e Slovenia, diretta dal regista italo-svizzero Michele Pennetta, hanno impegnato la troupe all'ippodromo Montebello, mentre altre scene sono state girate nelle aree verdi della città e dei dintorni, come il bosco Bazzoni e parco Globojner, gestito dal Consorzio boschivo di Padriciano, per poi spostare il set in Svizzera. Più di sessanta comparse e una ventina di maestranze del territorio impiegate per il progetto supportato da Friuli Venezia Giulia Film Commission-PromoTurismoFVG e, tra gli altri, il Fondo Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia: il film racconta la storia di tre giovani alla ricerca di un futuro migliore che si trovano all'improvviso ad affrontare delle importanti scelte. Con "The White Club" il regista Michele Pennetta affronta la sfida del suo primo lungometraggio di finzione con un cast e l'intero gruppo di lavoro internazionali.

10

Lignano ancora una volta su Meteo Cinema

Lignano ritorna su Meteo Cinema e sui canali Mediaset. Dal 23 al 30 marzo nei 30 secondi della cartolina dedicata alla località balneare, saranno raccontate le sue bellezze e sarà presentata l'offerta, con un invito a trascorrere una vacanza in Friuli Venezia Giulia. Nelle cartoline, con 35 passaggi televisivi trasmessi negli stacchi del Meteo Cinema Mediaset su Canale 5, Italia 1, Rete 4, Iris, Canale 20 e Cine 34, in aggiunta ai 35 brand video da 10 secondi, Lignano sarà protagonista con alcune bellissime immagini del territorio e proposte adatte a tutti. L'iniziativa rientra nelle attività promosse dal Tavolo dell'imposta di soggiorno di Lignano Sabbiadoro.



Teranum: omaggio ai rossi del Carso

I giovani talenti del settore, le degustazioni guidate che condurranno alla scoperta dei segreti di questi vini svecchiati, 35 vignaioli presenti e oltre 70 vini in degustazione ai banchi assaggio, a cui si aggiungono quattro enoteche ospiti dall'Alto Piemonte Gran Monferrato, e una stuzzicante offerta enogastronomica a cura dei cuochi che collaborano al progetto Okusi Krasa – Sapori del Carso. Protagonisti indiscussi i vini rossi del Carso in occasione di "Teranum", festival internazionale che celebra questa eccellenza e nel 2024 si è presentato con un tocco di raffinatezza e innovazione nella prestigiosa cornice dell'hotel DoubleTree by Hilton a Trieste, con un programma eclettico ad abbracciare la cultura del vino sotto molteplici sfaccettature. Il convegno offrirà un'esperienza sensoriale completa dove i sapori del territorio si uniranno armoniosamente con i profumi dei vini rossi locali, da vigneti che si trovano tra Muggia e Doberdò del Lago, passando dall'altipiano carsico.



Udinese, nuova partnership con le località di mare

Ai fan della squadra bianconera di Udine non sarà sfuggito che i giocatori della prima squadra, nell'allineamento iniziale che precede l'inizio delle partite, indossano le nuovissime felpe brandizzate Grado e Lignano Sabbiadoro e sono ripartiti spot pubblicitari e promozione del mare del Friuli Venezia Giulia nella prima fila dei led giro campo. Questo è il risultato della rinnovata partnership tra Udinese Calcio e le località balneari di Lignano Sabbiadoro e Grado che, con l'avvicinarsi dell'estate, si consolida sempre più, sia allo stadio che attraverso i canali di comunicazione della squadra, ma anche post, newsletter dedicate alle due località. E nei prossimi mesi "scenderanno in campo" anche altre novità, come alcuni eventi dedicati.



A Tulln per promuovere l'offerta nautica

Uno stand in collaborazione con la rete FVG Marinas per promuovere il comparto della nautica del Friuli Venezia Giulia. PromoTurismoFVG non ha mancato nemmeno per il 2024 l'ormai tradizionale appuntamento con "Boot Tulln", importante fiera nautica e degli sport acquatici che attrae il pubblico austriaco e dell'Europa centrale, con circa 360 espositori e un totale di 50mila visitatori. Dal 29 febbraio al 3 marzo nello stand di PromoTurismoFVG è stata promossa l'offerta nautica e territoriale della regione, sono stati distribuiti omaggi enogastronomici per far conoscere le eccellenze del territorio e raccontati gli highlight per i diportisti attraverso alcune presentazioni. In occasione della fiera sono state messe in atto campagne di comunicazione digitali geolocalizzate, per incrementare il traffico sui portali di riferimento e generare nuovi contatti.





Cucinare, le voci dei produttori a Pordenone

Prova superata per l'abbinata Ortogiardino-Cucinare che chiude l'edizione 2024 registrando un +30 per cento di visitatori nei primi due giorni di apertura, con una crescita del 18% sul 2023 e oltre 60mila partecipanti. Una collettiva di 13 aziende aderenti al marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia" e un incontro per approfondire la conoscenza su alcune delle eccellenze del territorio regionale: da sabato 2 a domenica 10 marzo PromoTurismoFVG ha partecipato a "Cucinare in collaborazione a Fab FVG - Fondazione Agrifood & Bioeconomy FVG, con un'area istituzionale per la promozione turistica. "L'esperienza del marchio collettivo Io Sono FVG - Le voci dei produttori a confronto e la proposta gastronomica dello chef con i prodotti regionali a marchio", è stata la tavola rotonda per la presentazione del marchio collettivo moderata da Stefania Marcuz, esperta di analisi sensoriale al settore food&beverage e in scienze e cultura del cibo, con il contributo dei produttori dell'azienda agricola Buosi Ettore e della Distilleria Pagura, che hanno condiviso con il pubblico il racconto della propria esperienza. A seguire lo show cooking a cura dello chef dell'Osteria Turlonia, Federico Mariutti, che ha preparato un piatto con l'utilizzo dei prodotti di alcune delle aziende a marchio presenti in fiera: il Tòc in braide con Pitina, tartufo nero friulano e cornetti di mais.

Pignolo day, un simposio per celebrare il vitigno

Un simposio per celebrare il pignolo, vitigno autoctono a bacca nera del Friuli Venezia Giulia. Una giornata ricca di incontri e approfondimento su produzioni enologiche, turismo e arte con, a chiudere, una grande degustazione di pignolo di 51 cantine della regione. Lo scorso 20 marzo il colle più alto di Udine, quello del castello, ha ospitato il convegno nella prestigiosa cornice del Salone del Parlamento con un ricco programma, che ha visto in apertura la presentazione ufficiale dell'associazione del Pignolo del Friuli Venezia Giulia e a seguire il talk "Come coltivare una cultura d'eccellenza in FVG", per esplorare la storia e le peculiarità regionali che possono insegnare a capitalizzare le opportunità culturali, turistiche ed economiche con i relatori Diana Candusso, Enos Costantini, Francesco Marangon e Paolo Ianna. Dopo la presentazione del libro "Pignolo - Cultivating the Invisible" di Brendan John Little, organizzatore dell'evento, la giornata è proseguita con "L'importanza di essere Pignolo": un big talk show su come nutrire la creatività nel mondo del vino, dell'arte, della gastronomia e della comunicazione con Giannola Nonino, Walter Filiputti, Mauro Corona, Michela Scarello e Giorgio Celiberti. A chiudere la "Cena per Pignoli", evento riservato a giornalisti, relatori, moderatori e vignaioli. L'evento è stato organizzato dall'associazione del Pignolo del Friuli Venezia Giulia, con anche il supporto di PromoTurismoFVG.



15

La regione Friuli Venezia Giulia sul The Times

Il 26 marzo il Friuli Venezia Giulia è apparso su The Times, noto quotidiano britannico con sede a Londra, con una pagina interamente dedicata, la quarta di copertina, per invitare il pubblico a venire a scoprire la regione.



17

Cuochi in quota, Tarvisio tra enogastronomia e turismo

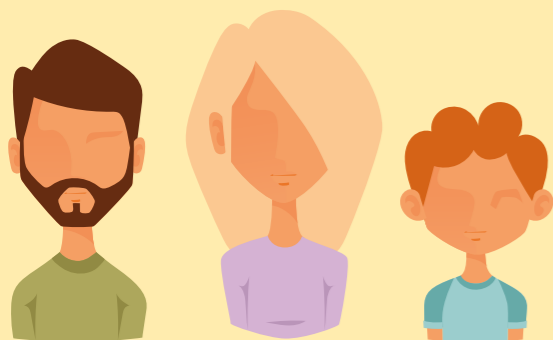
"Cuochi in Quota - Winter Edition 2024", il format ideato da Fabrizio Nonis (meglio noto come il Beker), realizzato con il supporto di PromoTurismoFVG e registrato tra il 26 febbraio e il 3 marzo nei poli di Tarvisio, Sella Nevea e Forni di Sopra, ha visto a marzo andare in onda con alcune repliche la prima puntata dedicata proprio alla perla delle Alpi Giulie su TelePordenone, TeleFriuli e TeleChiara. Nelle prossime settimane andranno in onda anche le puntate realizzate nei comprensori di Sella Nevea e Forni di Sopra ed è in programma una trasmissione a livello nazionale su SKY - Gambero Rosso Channel (canale 133 e 415).

CONOSCO BENE IL TURISTA FVG? L'IDENTIKIT DELL'UTENTE IN AEROPORTO

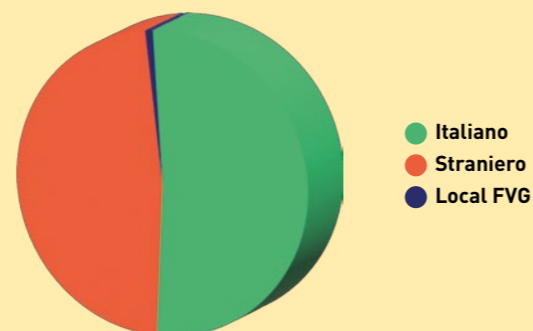
Grazie ai dati raccolti emergono alcune informazioni rispetto alla tipologia di utenza e richieste di chi atterra in Friuli Venezia Giulia

Dai 40 ai 65 anni, italiano (di poco supera la percentuale straniera), maschio.

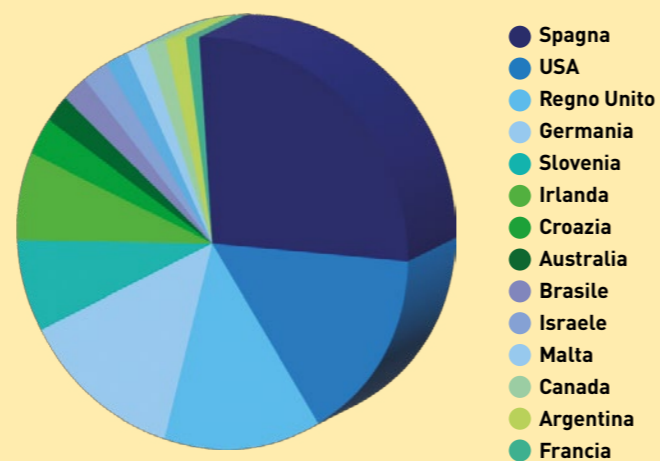
Questo l'identikit dell'utente tipo che si rivolge all'infopoint dell'aeroporto, prima "sentinella" sul territorio per chi atterra in Friuli Venezia Giulia. Secondo il report redatto dal punto informativo situato al Trieste Airport ed elaborato attraverso i dati inseriti a sistema, emergono alcuni elementi interessanti rispetto al turismo in arrivo con voli italiani ed europei. Da luglio a febbraio sono stati registrati oltre 5.400 contatti, di cui quasi la metà si è concentrata tra luglio e settembre 2023.



PROVENIENZA DEI TURISTI

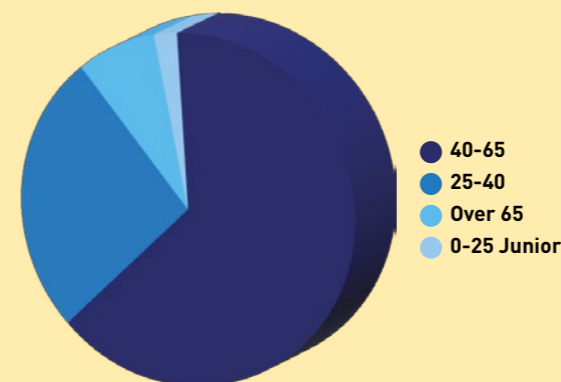


PROVENIENZA DEL TURISTA STRANIERO



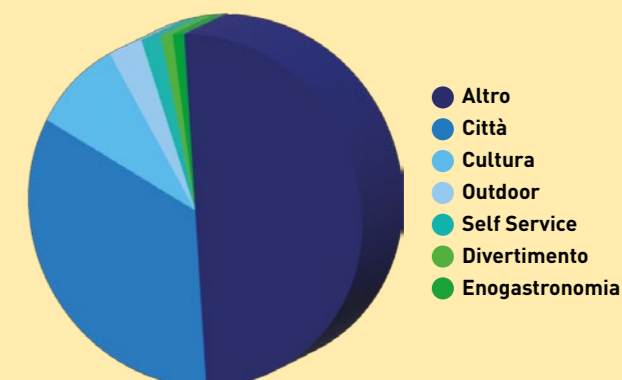
Entrando nel dettaglio, per quanto riguarda l'utenza straniera, che supera il 48 per cento, buona parte delle richieste proviene da Spagna, Usa, Regno Unito, Germania, Slovenia, Irlanda, Croazia, Australia e desidera ricevere informazioni generali e su trasporti, ma anche città e cultura, seguita dalle proposte outdoor, con mare, città, montagna e bike.

FASCIA D'ETÀ DEL TURISTA STRANIERO



Interessati a musei, eventi e mostre, i turisti rientrano nella fascia d'età 40-65 seguiti da 25-40 e in testa alla classifica ci sono gli spagnoli, poi inglesi, irlandesi, americani e tedeschi, mentre gli italiani si dividono tra Lazio, Campania, Sicilia e Puglia. Settembre e ottobre sono stati i mesi nei quali c'è stata maggiore richiesta del prodotto cultura, seguiti dai mesi estivi.

CATEGORIA DELLA RICHIESTA



“
Dai 40 ai 65 anni, italiano maschio. Questo l'identikit dell'utente tipo che si rivolge all'infopoint dell'aeroporto

BERLINO E VIENNA, DUE NUOVE TAPPE PER PROMUOVERE IL FVG E GO2025



Il Friuli Venezia Giulia si presenta con l'offerta del territorio alla Fiera ITB e alla Ferienmesse



In Austria e Germania per promuovere il Friuli Venezia Giulia puntando su Nova Gorica e Gorizia Capitale europea della Cultura nel 2025.

A Berlino, in occasione dell'ITB, la più grande fiera turistica b2b del mondo, dal 5 al 7 marzo, PromoTurismoFVG si è presentata ai tour operator internazionali in una tre giorni ricca di appuntamenti business e ha organizzato una conferenza stampa per accendere i riflettori sull'importante appuntamento e attrarre l'attenzione dei media della capitale tedesca.

Moderato dalla giornalista Barbara Gruden, corrispondente Rai da Berlino, l'incontro ha visto la partecipazione dei sindaci di Nova Gorica e Gorizia, Samo

Turel e Rodolfo Ziberna che, uniti nell'entusiasmo per l'iniziativa, hanno presentato i principali focus del progetto sottolineando l'importanza dell'evento per le due città a livello culturale, turistico e storico. Ad assistere un ampio pubblico di tour operator e giornalisti, che ha visto tra gli accreditati testate come Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Tagesspiegel e National Geographic, solo per citarne alcuni.



Organizzata da PromoTurismoFVG all'interno del palinsesto di talks promossi da Enit, la conferenza è stata dunque l'occasione per preparare il terreno in vista dell'importante appuntamento del 2025, che promette di attrarre un grande numero di visitatori dai Paesi di lingua tedesca, ma anche per annunciare le novità dell'offerta turistica regionale con un focus sul turismo culturale e Gorizia.



La promozione dell'evento GO!2025 ha rivestito un ruolo centrale anche durante la Ferienmesse di Vienna, la più importante fiera turistica dell'Austria

La promozione dell'evento GO!2025 ha rivestito un ruolo centrale anche durante la Ferienmesse di Vienna, la più importante fiera turistica dell'Austria, dedicata al pubblico finale, a cui PromoTurismoFVG ha partecipato dal 13 al 17 marzo. Allo stand "Io sono Friuli Venezia Giulia", tra appuntamenti enogastronomici per la promozione delle eccellenze regionali e l'intrattenimento dedicato ai bambini a cura di Lignano

Sabbiadoro, si sono presentate decine di testate (Salzburger Nachrichten, Kurier, Der Standard, Kleine Zeitung, Alpe Adria Magazine) oltre a radio (come Orf Ö1) e tv, tra cui Prosieben Austria, con cui sono già iniziati alcuni accordi per la copertura mediatica dell'evento.



La piazza di Vienna, fondamentale per il Friuli Venezia Giulia anche grazie alla vicinanza geografica, ancora una volta non ha deluso le 20 realtà turistiche regionali che hanno partecipato alla fiera assieme a PromoTurismoFVG. I quasi 40mila visitatori durante i quattro giorni di evento hanno riconfermato la forte richiesta

turistica per il prodotto family, con un focus particolare sulle località di mare, ma anche per il cicloturismo, così come per il turismo culturale e gli eventi, alla ricerca di esperienze autentiche, rigenerazione e benessere nella natura e itinerari tra le bellezze dell'arte e della storia.

FOCUS ON:

NUOVO SPOT PER PROMUOVERE LA REGIONE, IL FVG ENTRA NELLE CASE DEGLI ITALIANI

Dal 24 marzo al 13 aprile in onda su Rai, Mediaset e La7

la pubblicità per spingere le vacanze in Friuli Venezia Giulia

Ironico, coinvolgente, immediato. Il Friuli Venezia Giulia punta in alto con il nuovo spot in onda in questi giorni sulle reti Rai, Mediaset e La7 e canali kids per promuovere la regione e richiamare turisti per le vacanze estive. Nato con l'obiettivo di riassumere in qualche decina di secondi le bellezze e i motivi per i quali scegliere la regione, lo spot è ambientato nel salotto di una famiglia che si trova alle prese con una decisione importante: scegliere una meta estiva per le vacanze che sia in grado di mettere tutti d'accordo, accontentando i gusti di madre, padre e tre figli adolescenti.

Attraverso le immagini più sorprendenti ed emozionanti del territorio, unite a una narrazione incalzante, nei trenta secondi del filmato la pubblicità concentra le tante sfaccettature del territorio, tra arte, cultura, mare, montagna, storia, divertimento ed enogastronomia.

Oltre 800 i passaggi sui canali Rai, Mediaset e La7, a cui se ne aggiungono altri 1.500 sui canali dedicati ai bambini (K2 e Frisbee) e altre testate minori per aumentare frequenza e copertura alla pianificazione.



IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA



Una pianificazione importante, che oltre a prevedere un ampio target ha optato per le fasce orarie di migliore visibilità: la maggior parte degli spot va in onda, infatti, nella fascia di "prime time", dopo il telegiornale, raggiungendo una quota superiore alla media (43% contro una media che si aggira al 35%) e sono stati prediletti programmi di qualità, con una selezione dei migliori contesti, tra contenuti di spessore e autorevoli, senza trascurare quelli adatti a tutta la famiglia.

Oltre 800 i passaggi sui canali Rai, Mediaset e La7, a cui se ne aggiungono altri 1500 sui canali dedicati ai bambini



Inoltre, la prima uscita del 24 marzo, primo giorno di campagna, è coincisa con la partita della Nazionale italiana su Rai per abbracciare anche la platea degli sportivi. Un ultimo dato ma non meno importante: tenendo conto dell'analisi media, questo flight pubblicitario di tre settimane in tv raggiunge un'audience dell'80%, mirata al gruppo target di spettatori con un'età compresa tra i 30 e i 55 anni.

Lo spot, visibile fino al 13 aprile, rappresenta una strategia di promozione sulla quale la Regione, attraverso PromoTurismoFVG, crede molto, con un investimento importante che punta a raggiungere un pubblico sempre più incuriosito a scoprire, conoscere o rivisitare il Friuli Venezia Giulia.

IN BREVE

VERSO GO!2025, LA STORIA DI UNGARETTI SUL CARSO

“Ungaretti poeta e soldato. Il Carso e l’anima del mondo”, lo spettacolo teatrale di e con Marco Goldin la cui prima andrà in scena mercoledì 10 aprile alle 20.45 al teatro Verdi di Gorizia. I biglietti, gratuiti, potranno essere prenotati tramite il sito: biglietto.lineadombra.it. Dopo la prima a Gorizia, lo spettacolo andrà in scena sempre con ingresso gratuito su prenotazione nei teatri di Tolmezzo (11 aprile), Treviso (15 aprile), Monfalcone (16 aprile), Udine (17 aprile), e Pordenone (23 aprile).



FESTA DELLE CAPE PER ASSAPORARE LA STORIA DI LIGNANO

Far scoprire i prodotti ittici e le specialità culinarie dell’alto Adriatico: Lignano e il suo variegato territorio si raccontano agli abitanti e ai visitatori in un’esplosione di sapori. La storica iniziativa della “Festa delle Cape”, giunta alla 39^ edizione, è andata in scena nei finesettimana del 2-3 e 9-10 marzo nella cornice di Lignano Pineta, con una proposta di pietanze legate al territorio, preparate con materie prime di alta qualità e ricette che ne valorizzano il gusto, assaporando storia, cultura e tradizioni di Lignano.



GUIDA UNESCO: USCITA LA NUOVA PUBBLICAZIONE

Il viaggio alla scoperta dei cinque siti Unesco del Friuli Venezia Giulia - Aquileia, Cividale del Friuli, Dolomiti Friulane, Palmanova e Palù di Livenza con Le Guide di Repubblica è iniziato: dal 29 marzo è in vendita la nuova pubblicazione realizzata in collaborazione con PromoTurismoFVG e la Camera di commercio di Pordenone-Udine.

CINETREKKING:A SAURIS NEI LUOGHI DEI FILM

Natura, cultura e cinema a Sauris. Tra mulattiere, ruderi, boschi, borghi ed altro le guide ambientali ed escursionistiche Gennj Catelli e Walter Mattiussi racconteranno leggende, storia, tradizioni, curiosità, nozioni naturali e paesaggistiche di Sauris, “location” di alcuni film girati nella zona. Domenica 14 aprile sarà possibile provare l’esperienza disponibile sul sito di Turismo FVG alla pagina dedicata.



Un occhio alla formazione

● **"SOSTENIBILITÀ E TURISMO", WEBINAR CONCLUSO**

Aperto a tutti gli operatori turistici per scoprire come la sostenibilità possa migliorare la competitività aziendale, acquisire strategie pratiche per implementare azioni sostenibili nella propria impresa e comunicarle efficacemente. Seguiranno due workshop in presenza l'8 e il 9 aprile (a Cervignano del Friuli e Tolmezzo).

● **SERVIZI FAMILY, TRE APPUNTAMENTI**

Il 19, 21 e 27 marzo si sono svolti i primi tre appuntamenti formativi dedicati alle strutture ricettive e ai fornitori di servizi family Friuli Venezia Giulia: marketing digitale, escursionismo per famiglie e social media marketing riservati agli operatori aderenti al circuito per un'offerta sempre più completa per il segmento.

● **DESTINATION WEDDING,**

Conclusa "Come creare una destinazione in chiave wedding" per gli operatori del settore a cura di Kairos School, formazione promossa da PromoTurismoFVG.

● **LINGUA SLOVENA**

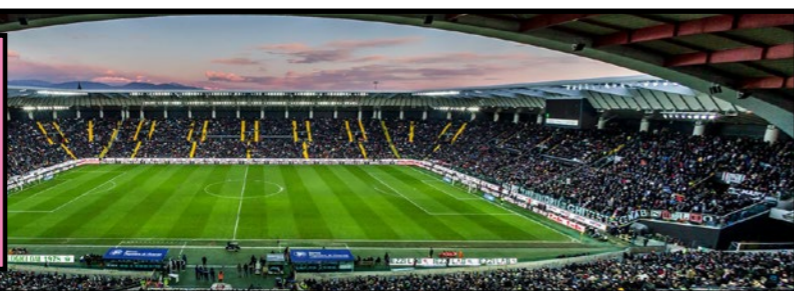
Partito un corso dedicato al personale degli infopoint fino a giugno.

I PROSSIMI APPUNTAMENTI



9 Aprile
A dream without borders
FVG Orchestra
Parlamento Europeo - Bruxelles

14 Aprile
Io Sono con Voi
Udine - Bluenergy Stadium



15-19 Aprile
Workshop
Svezia e Danimarca

FILO DIRETTO - Il Magazine d'informazione di PromoTurismoFVG

Direttore responsabile:
Giulia Zanello

Direzione e redazione:
PromoTurismoFVG
Via Locchi, 19 - 34123 Trieste
Tel. +39 0431 387130
www.turismofvg.it | info@promoturismo.fvg.it

Progetto grafico, illustrazioni e impaginazione:
Emporio ADV
Vicolo Gorgo, 8 - 33100 Udine (UD)
www.emporioadv.it

Fotografie:
Archivio PromoTurismoFVG

Numero chiuso:
Marzo 2024

Testata registrata
al Tribunale di Trieste
n. 1/2024 - 27/2024 V.G.

VOGLIA DI MONTAGNA? C'È LA SOLUZIONE: FRIULI VENEZIA GIULIA



Per sciare, per scalare, per passeggiare,
per fare fondo, ciaspolare, andare a cavallo
o anche solo per mangiare e bere, tra poli sciistici,
borghi antichissimi e picchi tutti da esplorare.
**Se hai voglia di montagna,
il Friuli Venezia Giulia è la tua soluzione.**

**IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA**

www.turismofvg.it

NEED A BREAK? DISCOVER FRIULI VENEZIA GIULIA



Friuli Venezia Giulia is proof that there are still parts of Italy to be discovered. A new peak to hike and a horizon to admire, a hidden village to get lost in, a new vintage wine to taste, new stories to listen to; a Region that can give you the pleasure of the first time.
If you need a break, discover Friuli Venezia Giulia.

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA