

FiloDiretto

Il Magazine d'informazione di PROMOTURISMOFVG

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA



SPOT FVG
IN ONDA

Un territorio
da fiaba

CONNECT '27
A TRIESTE

Nuove rotte
e turismo

GIRO
D'ITALIA

FVG sponsor
della maglia rosa

#37

Aprile 2026

Re-wine

FRIULI VENEZIA GIULIA

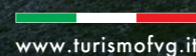


FRIULI VENEZIA GIULIA C'È TUTTO UN MONDO

C'È TUTTO UN MONDO TRA LE NOSTRE MONTAGNE

Ogni giorno un sentiero, un'escursione, una nuova esperienza: così, tra infinite varietà di paesaggio, biodiversità e specie protette, le Dolomiti Friulane abbracciano il tuo sguardo, riempiendo il tuo cuore di emozione e il tuo spirito di gratitudine. **C'è tutto un mondo tra le nostre montagne, in Friuli Venezia Giulia**

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA



www.turismoFVG.it

Foto: For Adventure

editoriale

Da Vinitaly a Monaco, passando per il lago di Garda e facendo tappa a Vienna e Portofino per far conoscere il territorio e i prodotti del Friuli Venezia Giulia a un maggior numero di visitatori. Il Friuli Venezia Giulia prosegue il suo viaggio e il mese di aprile si chiude con i successi della partecipazione alle fiere, ma anche con diverse novità per la promozione della regione, a partire dalla sponsorizzazione della maglia rosa al Giro d'Italia che, per questa 109ª edizione, porterà il brand "Io sono Friuli Venezia Giulia" sulle divise dei ciclisti, offrendo una visibilità internazionale al territorio e raggiungendo milioni di spettatori per tutta la durata della corsa rosa. Accanto a questa iniziativa, la regione è protagonista in questi giorni sulle principali emittenti nazionali con il nuovo spot che racconta un territorio incantato e popolato da creature magiche e fantastiche, restituendo l'immagine di un luogo da favola nel quale perdersi e lasciarsi sorprendere, con gli occhi trasognati dei più piccoli.

A Verona, vetrina per eccellenza per le produzioni vitivinicole, il Friuli Venezia Giulia quest'anno ha incassato nuove soddisfazioni, tra buyer italiani ed esteri che riconoscono con sempre più entusiasmo la qualità delle aziende locali, ma anche la partecipazione e la presenza nello stand della collettiva è stata promossa a pieni voti, complice l'organizzazione, l'eleganza e la funzionalità dello spazio rinnovato e presentato lo scorso anno. L'offerta di prodotti locali in accompagnamento ai vini, le degustazioni e la novità del welcome event, oltre all'inaugurazione alla quale ha partecipato un volto ormai noto della tv e che la stessa Regione ha scelto come ambassador del Friuli Venezia Giulia, Samira Lui, hanno poi contribuito a rendere l'evento e lo spazio un luogo unico in cui conoscere e assaporare un territorio variegato.

Oltre alle fiere, in queste settimane le attività di PromoTurismoFVG sono concentrate sulla partenza della stagione estiva: il focus è sulle principali località balneari, ma anche la montagna si prepara alla bella stagione con il calendario delle aperture degli impianti e programmando proposte per i prossimi mesi. Volgendo uno sguardo ai media, non sono mancate le visite da parte di troupe e giornalisti della carta stampata, non ultima la novità di

Il vino in scena, si brinda a "nuovi" successi

aprile, con l'uscita dell'edizione aggiornata della Lonely Planet, che riunisce e raccoglie il meglio del territorio nella "Bibbia del viaggiatore" per eccellenza, conosciuta in tutto il mondo. Mondo al quale il Friuli Venezia Giulia si sta affacciando con convinzione e lo farà anche nel futuro: è sempre di aprile, infatti, l'annuncio di "Connect 2027", il principale forum b2b europeo dedicato allo sviluppo delle rotte aeree, un evento internazionale che vedrà ospitare a febbraio a Trieste e in regione oltre 800 delegati e 75 compagnie aeree per rafforzare il ruolo del Friuli Venezia Giulia nel panorama internazionale dell'aviazione. Al centro del progetto la connettività, leva fondamentale per lo sviluppo economico e turistico: nuove rotte significano maggiore accessibilità, crescita dei flussi incoming e ricadute concrete sul territorio, in una collaborazione costante e ormai collaudata tra PromoTurismoFVG e Trieste Airport. Un viaggio che continua, un percorso che cresce e si evolve con ambizione, per rendere il Friuli Venezia Giulia una regione sempre più centrale sulla scena internazionale.

A cura della
Direzione di PromoTurismoFVG

VINITALY, FVG ANCORA AL CENTRO DEL MONDO DEL VINO

La regione rientra soddisfatta dalla quattro giorni a Verona, tra nuovi contatti e buyer consolidati: nonostante la difficile situazione internazionale il comparto regge per la qualità dei prodotti offerti

Una media di trenta contatti per ogni azienda presente in collettiva e di 15 per le realtà del biologico, 15 masterclass sold out e un particolare successo per la prima edizione del "welcome event", aperitivo organizzato per giornalisti e operatori per valorizzare le specialità enogastronomiche del territorio. Rientra con questo bilancio il mondo del vino del Friuli Venezia Giulia da Verona, che dal 12 al 15 aprile, per il Vinitaly, ha riunito il meglio dell'enologia dall'Italia e da tutto il mondo. Ottanta i produttori in collettiva che, all'interno dello stand "Io sono Friuli Venezia Giulia", presentato lo scorso anno proprio alla fiera della città scaligera con il concept "Connessioni d'eccellenza", hanno sottolineato l'alto gradimento dell'organizzazione che ha visto ancora una volta collaborare PromoTurismoFVG ed Ersà per la promozione congiunta del comparto vitivinicolo e dell'offerta turistica. Un ruolo centrale quello dell'enoteca regionale, con le produzioni di 124 imprese - ciascuna con quattro etichette - per un totale di 496 vini in rappresentanza di 11 zone Doc, 4 Docg e 2 zone Igt.



Ottanta i produttori in collettiva all'interno dello stand "Io sono Friuli Venezia Giulia", presentato lo scorso anno proprio alla fiera della città scaligera con il concept "Connessioni d'eccellenza"



Domenica 12 aprile, assieme agli assessori regionali alle Attività produttive e Turismo Sergio Emidio Bini e alle Risorse agroalimentari Stefano Zannier, ai direttori generali di PromoTurismoFVG Iacopo Mestroni e di Ersà Mauro Viti, è stata Samira Lui, ambassador del Friuli Venezia Giulia, a tagliare il nastro dell'inaugurazione dello stand, preceduta da un breve format d'intrattenimento con la ruota della fortuna in cui sono stati rappresentati i vini del territorio. Il talk, grazie anche al coinvolgimento del pubblico, ha regalato un momento di svago e allo stesso tempo approfondimento, presentando i vigneti caratteristici e le peculiarità delle produzioni autoctone, lasciando poi spazio a un assaggio dei prodotti tipici in cui quest'anno, accanto ai vini, al Montasio e al San Daniele, hanno debuttato i formaggi di malga protagonisti anche

del format "Formandi". L'evento organizzato lunedì 13 aprile da PromoTurismoFVG, rivolto a produttori, giornalisti e operatori, ha regalato una serata di divertimento per apprezzare le specialità del Friuli Venezia Giulia, mentre i 15 appuntamenti tra masterclass e degustazioni sono stati particolarmente apprezzati dal pubblico per la qualità dei prodotti in assaggio e la professionalità dei relatori. Alla 58ª edizione di Vinitaly, che ha registrato 90mila visitatori e un alto livello dei buyer internazionali presenti, lo stand regionale è stato uno dei più frequentati, facendo segnare una crescita significativa di interazioni con operatori esteri provenienti da mercati europei, asiatici e australiani, a fronte di una leggera flessione di quelli statunitensi dovuto alla situazione internazionale.



Assieme alle 80 realtà del vino presenti nello stand regionale, sette le aziende partecipanti al padiglione Bio, quest'anno rinnovato e allineato al concept generale, e 55 aziende fuori dalla collettiva, 31 delle quali hanno richiamato la grafica dell'allestimento principale

Assieme alle 80 realtà del vino presenti nello stand regionale, sette le aziende partecipanti al padiglione Bio, quest'anno rinnovato e allineato al concept generale, e 55 aziende fuori dalla collettiva, 31 delle quali hanno richiamato la grafica dello stand principale - premiato con il Red Dot Award 2025 e che racconta il legame tra vino, territorio e persone - attraverso l'esposizione di un totem e un kit da utilizzare nel proprio spazio per una maggiore e più coordinata comunicazione dell'immagine del Friuli Venezia Giulia. Dopo Verona l'ultima tappa delle fiere del vino sarà Londra, per la London Wine Fair dal 18 al 20 maggio, altro appuntamento strategico per la promozione e l'attrattività internazionale del comparto vitivinicolo regionale.



Stampa e tv: il FVG piace

A Vinitaly non sono mancati nemmeno i giornalisti tra tv, radio, podcast, testate specializzate e generaliste. I media hanno visitato diverse aziende della collettiva, apprezzando sia etichette già note sia nuove proposte, ma anche, più in generale, la qualità e l'eleganza del nuovo stand. Circa venti i giornalisti della stampa nazionale che lunedì 13 hanno preso parte alla presentazione ufficiale del territorio. Al centro dell'incontro, l'eredità di Nova Gorica-Gorizia Capitale europea della Cultura 2025, con i progetti innovativi rimasti sul territorio come la Digital Art Gallery, e la nomina di Pordenone Capitale italiana della Cultura 2027, che ha colpito positivamente i presenti attraverso le immagini dei siti artistici e storici della città e dei dintorni. La presentazione si è conclusa con una degustazione di vini autoctoni e prodotti agroalimentari simbolo del territorio, tra cui formaggio Montasio, prosciutto di San Daniele, frico e sarde in savor, offrendo un'esperienza completa e autentica delle eccellenze regionali, dal mare alla montagna.

TRENI STORICI: RIPARTITE LE CORSE

Da aprile a dicembre 39 tappe
a bordo dei "Centoporte"

Per il 2026 grande attenzione alla commemorazione del cinquantenario del terremoto del 1976 e un focus su Pordenone, in vista del 2027 quando la città sarà Capitale italiana della Cultura

2 maggio
TRENO STORICO DEGLI ALPINI DELLA RICOSTRUZIONE
da Treviso a Pinzano al Tagliamento

3 maggio
TRENO STORICO DELLE CITTÀ UNESCO
a scoprire Palmanova e Cividale

10 maggio
TRENO STORICO DELLE FORTEZZE
direzione Sacile, Gorizia e Gradisca D'Isonzo

17 maggio
TRENO STORICO DEI GIARDINI DA TRIESTE A SACILE
nei giardini della Serenissima e i profumi del patrimonio enologico

24 maggio
TRENO STORICO DELLE ORCHIDEE DA PORDENONE A OSOPPO
in occasione della festa delle Orchidee di Osoppo

30 maggio
TRENO STORICO DEL GIRO D'ITALIA
con partenza simbolica da Gemona e arrivo a Piancavallo

COSA ABBIAMO FATTO

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



01

Terme di Arta: la gestione a PromoTurismoFVG

Le Terme di Arta passano a PromoTurismoFVG: con una convenzione tra Regione, Comune di Arta Terme e l'ente del turismo regionale la struttura, presidio strategico per la montagna friulana e per l'intero sistema turistico regionale, riaprirà a breve garantendo la continuità e ponendo le basi per un rilancio strutturato e sostenibile dell'offerta termale. La scelta della Regione di scommettere sulla qualità delle strutture termali intende rafforzare la destagionalizzazione, arricchire l'offerta della montagna e contribuire alla crescita economica regionale, lavorando in sinergia con gli enti locali.

02

Filo Diretto è online

Da questo mese Filo Diretto è nuovamente disponibile online alla pagina www.promoturismo.fvg.it/altri-contenuti/filo-diretto, per consultare tutti i numeri del mensile di PromoTurismoFVG.



Udinese: in campo il ricordo del terremoto

"Il Friuli ringrazia e non dimentica": il 2 maggio, durante il match Udinese-Torino, i giocatori bianconeri scenderanno in campo con una maglia speciale, realizzata dal club udinese e Macron, in occasione del 50° anniversario del terremoto del Friuli, per ricordare le vittime del sisma e quanti, in Italia e nel mondo, aiutarono il popolo friulano in quei tragici momenti. Il kit è caratterizzato dal colore pietra e da una grafica che riprende le pietre della facciata del duomo di Venzone.

04

Siti Unesco, disponibile la brochure

I cinque siti Unesco del Friuli Venezia Giulia racchiusi in una brochure: siti storici e naturalistici, grandi immagini e una sezione dedicata anche alle Riserve Mab e alle espressioni più vive del patrimonio culturale tra tradizioni, pratiche, saperi, sapori, feste e tecniche artigianali. La pubblicazione è disponibile negli infopoint in italiano e sul sito, mentre presto sarà realizzata anche la versione tedesca e quella inglese.



05

Itw Nova: il FVG sul lago di Garda

Vacanze all'insegna del turismo slow e a stretto contatto con la natura, sport e ambienti incontaminati, ma anche enogastronomia. Questo il focus del workshop Itw Nova by Comitel che si è svolto il 19 e 20 aprile nella splendida cornice del lago di Garda, confermandosi un importante momento d'incontro tra operatori incoming e tour operator nazionali e internazionali. Il Friuli Venezia Giulia si è raccontato attraverso una presentazione e una serie di incontri b2b in cui seller regionali sono entrati in contatto con buyer provenienti da tutto il mondo: emerge il forte interesse verso la regione e la sua varietà di offerta. Tra le proposte più apprezzate le esperienze a contatto con il territorio, attività all'aria aperta, trekking adatti a tutti e itinerari cicloturistici tra borghi e paesaggi naturali, intervallati da momenti di scoperta enogastronomica.



Già 40mila ingressi a Casa Cavazzini

A due mesi e mezzo dall'apertura la mostra "Impressionismo e modernità. Capolavori dal Kunst Museum Winterthur", ospitata a Casa Cavazzini a Udine, ha già superato i 40mila ingressi, con oltre 500 gruppi - tra scolaresche e comitive - provenienti da ogni parte d'Italia (in particolare dalla regione, dal Veneto e da città come Bologna, Milano e Roma) e dall'estero, tra cui Slovenia, Germania e Croazia, ma anche da Serbia, Francia, Regno Unito, Spagna e Stati Uniti. Inaugurata il 29 gennaio e aperta fino al 30 agosto, la mostra è prodotta dalla Regione Friuli Venezia Giulia con PromoTurismoFVG, Comune di Udine e MondoMostre e presenta 84 opere di alcuni tra i più grandi maestri dell'arte tra Ottocento e Novecento, provenienti dalla collezione del Kunst Museum di Winterthur, in Svizzera.

07

FVG e FWV, sinergia per promuovere l'outdoor

Prosegue la collaborazione con FWW Travel Talk, principale testata e piattaforma d'informazione per professionisti del turismo in Germania e nei Paesi di lingua tedesca. In occasione delle presentazioni dell'offerta outdoor rivolte agli operatori tedeschi durante il Destination Day dedicato al Friuli Venezia Giulia, è stato organizzato un contest che ha coinvolto diverse agenzie di viaggio, offrendo ai vincitori un fam trip dedicato all'offerta outdoor in regione dal 17 al 20 aprile. L'iniziativa ha permesso ai partecipanti di conoscere il territorio e le sue proposte turistiche, ma anche di diventare testimonial verso i colleghi: Oliver Graue, giornalista di FWW Travel Talk, ha raccontato la propria esperienza in regione, destinazione capace di rispondere al crescente interesse del mercato tedesco per l'offerta outdoor, anche grazie alla facilità di accesso garantita dai collegamenti aerei diretti da Francoforte e Berlino.



Samira allo stadio con le zebrette

Dopo una sciata sullo Zoncolan e qualche swing sul green di Fagagna, oltre alle tappe istituzionali alla BIT di Milano e al Vintaly di Verona, Samira Lui - ambassador della regione - ha incontrato anche le zebrette dell'Udinese, portando il suo saluto in occasione della partita Udinese-Parma. Il 18 aprile, al Bluenergy Stadium, Samira è stata accolta per un tour dello stadio e un saluto a bordocampo, dove le è stata consegnata la maglia ufficiale bianconera personalizzata con il suo nome.



08

A Grado con Larca di Noè

Il 20 e 21 aprile Grado ha ospitato "Larca di Noè", storica trasmissione Mediaset dedicata ad ambiente, natura e territorio. La visita ha portato la giornalista Maria Luisa Cocozza e la troupe alla scoperta di alcuni dei luoghi più identitari dell'Isola del Sole, tra cui le riserve naturali della Val Cavanata e della foce dell'Isosonzo-isola della Cona, tra birdwatching, biodiversità e paesaggi unici, seguite dall'escursione in laguna con tappa al casone di Mota Safon all'isola di Anfora. Un'iniziativa che conferma l'impegno di PromoTurismoFVG attraverso il Tavolo della tassa di soggiorno nel valorizzare la località sui media nazionali attraverso esperienze autentiche, sostenibili e fortemente legate all'identità del territorio.



FVG leader sui social: doppio titolo ai Tripscout Awards

Il Friuli Venezia Giulia conquista un doppio importante riconoscimento ai primi "Most engaging destination Awards" di Tripscout, nuova iniziativa che premia ogni anno le destinazioni con il maggior impatto e coinvolgimento sui social media. I premi si basano sull'analisi di oltre 1 milione di post pubblicati da più di 2 mila organizzazioni di marketing territoriale a livello globale e hanno visto 58 destinazioni celebrate nel mondo. La regione ha ottenuto i titoli di "Trendiest region on social in Italy" e "Most engaging region on social in Italy", distinguendosi per crescita e capacità di generare interazioni. Tra i vincitori globali figurano Qatar, Abu Dhabi, Las Vegas e Giappone, a conferma di un panorama altamente competitivo.

10





II

Confini: record a Villa Manin

Straordinario successo per la mostra "Confini da Gauguin a Hopper. Canto con variazioni": con oltre 130mila visitatori, il dato più alto mai registrato per Villa Manin, si è chiusa la rassegna promossa dalla Regione Friuli Venezia Giulia con Erpac FVG, Linea d'ombra e curata da Marco Goldin. La mostra, chiusasi il 12 aprile, ha totalizzato 130.356 visitatori in 163 giorni di apertura, con una media giornaliera di 800 ingressi. Tutte le 20 regioni italiane sono state rappresentate, così come 95 province su 107 e 30 nazioni estere. Tra gli altri dati illustrati figurano 28.500 audioguide noleggate e 16mila cataloghi venduti.

Con Fast and Furio corre anche "Io sono FVG"

"Io sono Friuli Venezia Giulia" sarà a bordo di Fast and Furio Sailing team nel corso di tutta la prossima stagione velica. Il 30 aprile allo Yacht Club Italiano di Portofino, durante la presentazione della stagione delle regate 2026, è stata annunciata la nuova partnership, un impegno che si traduce nella promozione del territorio regionale anche al di fuori dei suoi confini, valorizzando le eccellenze enogastronomiche del Friuli Venezia Giulia. Le località che ospitano le tappe nel Mediterraneo e nell'Adriatico rappresentano infatti mercati turistici di interesse strategico, nei quali intercettare nuovi pubblici e attrarre visitatori. Un'ulteriore occasione per confermare quanto il binomio tra sport e territorio rappresenti un significativo volano per il turismo.



I2



I3

Pedalando nel Pordenonese

Pordenone Capitale italiana della cultura 2027, Spilimbergo, Casarsa della Delizia, Sacile e Polcenigo: queste le tappe degli itinerari in bici percorsi dalla giornalista Elisa Gallo per la rivista BC, trimestrale edito dalla Fiab-Federazione italiana ambiente e bicicletta. Attraverso questo educational, organizzato ad aprile per la realizzazione di due reportage-advertorial di prossima pubblicazione sulla testata, la giornalista racconterà agli appassionati di cicloturismo un territorio in cui pedalare tutto l'anno alternando itinerari in bici, esperienze enogastronomiche e visite culturali.



I4

L'Isola del Sole si prepara all'estate

Grado rilancia la sua estate con un calendario di eventi ampio e diffuso, pensato per valorizzare l'Isola del Sole da maggio a ottobre e rafforzarne il posizionamento tra le mete di punta del Friuli Venezia Giulia. La regia condivisa tra Regione, Comune, Consorzio Grado Turismo e operatori del territorio punta su grandi appuntamenti, musica, enogastronomia, sport ed enogastronomia, presentati lo scorso 15 aprile. La stagione proporrà eventi consolidati e novità pensate per coinvolgere pubblici diversi, dai giovani alle famiglie, con spazio anche alle #GradoExperience, tra laguna, natura, centro storico e tradizioni locali. Maggiori informazioni: grado.it/it

Borgo Soandri, il traguardo dei 25 anni

Borgo Soandri, tra i primi alberghi diffusi nati in Italia, compie 25 anni e si conferma un progetto capace di unire accoglienza, comunità e sviluppo locale. Anche grazie alla collaborazione tra PromoTurismoFVG, il Comune di Sutrio, la locale Pro loco, Borgo Soandri e la rete d'impresе Visit Zoncolan, il modello di ospitalità diffusa della località carnica continua a rafforzarsi come esempio di valorizzazione autentica del territorio. Nel 2025 la struttura ha registrato 15.892 presenze (+12,38% rispetto al '24), con segnali positivi anche sul fronte della destagionalizzazione; le ricadute economiche dirette medie sono state valutate in 1,9 milioni di euro, con un indotto complessivo stimato tra 1,95 e 2,53 milioni e un gettito fiscale superiore ai 500mila euro, come testimonia lo studio promosso dall'Università di Udine e presentato nelle scorse settimane, il quale ha evidenziato ricadute positive per Sutrio e per tutta la Carnia.



I5

Il frico “conquista” Vienna

Dall'8 al 12 aprile per la prima volta anche il Friuli Venezia Giulia ha partecipato allo Steiermark Frühling (“Primavera della Stiria”), uno dei principali eventi primaverili di Vienna, capace di portare nel cuore della città tradizioni, sapori e cultura della regione austriaca. La Rathausplatz, trasformata in un villaggio tipico con stand enogastronomici, musica dal vivo e artigianato, ha ospitato anche le specialità regionali, con lo chef Dario Martina dell'Osteria Da Afro di Spilimbergo che ha proposto uno showcooking con frico e Friulano, conquistando il pubblico internazionale e valorizzando la tradizione culinaria regionale.



Lignano per il match sponsor a San Siro

In occasione della sfida Milan-Udinese di sabato 11 aprile, vinta dai bianconeri per 3 a 0, Lignano Sabbiadoro “conquista” la visibilità di San Siro e la città meneghina. L'attività, sostenuta da PromoTurismoFVG che con “Io sono Friuli Venezia Giulia” è sponsor principale delle Zebrette, ha coinvolto più touchpoint online e offline: dalla felpa line up indossata durante l'ingresso in campo dei giocatori ai contenuti social dedicati, fino alla presenza del logo “Lignano Sabbiadoro. L'emozione di sentirsi bene” su materiali matchday, sito, newsletter e pullman del club. A rafforzare l'operazione anche il creator Riccardo Vanin, con contenuti realizzati tra stadio e la città di Milano e il quiz sull'app ufficiale di Udinese Calcio, con in palio dieci teli mare concessi da Li.Sa.Gest.



“Racola” a Pordenone, occhi sulla prossima capitale

Il 21 e 22 aprile Pordenone è stata al centro delle riprese del programma televisivo “Racola”. Il conduttore Daniele “Lele” Marcassa, affiancato dal co-conduttore Ivo Gallo, ha raccontato la città come una realtà capace di sorprendere, in sintonia con il tema della Capitale italiana della Cultura. Dalle architetture e dai luoghi simbolo del centro storico fino alla dimensione naturalistica — con un suggestivo passaggio in canoa sul Noncello — il racconto ha toccato anche l'artigianato locale e le tradizioni enogastronomiche. Il programma andrà in onda in prima serata su Telechiara, Telecapodistria e su TvA Vicenza.



Food Network svela i tesori del Collio

Il 27 e 28 aprile le telecamere del programma “Osterie”, in onda su Food Network Italia, hanno fatto tappa nel Collio per raccontarne sapori, tradizioni e grandi vini. Il conduttore Daniele Marcassa ha attraversato i paesi del Collio, è entrato nelle cucine dialogando con gli chef e seguendo la preparazione delle ricette classiche della zona. I telespettatori di Canale Nove potranno così scoprire alcuni dei luoghi simbolo del territorio, entrando in contatto con piatti tipici, prodotti locali e con le storie di chi ogni giorno custodisce e rinnova la tradizione culinaria. La puntata andrà in onda la prossima stagione.



Mappa Family: in arrivo la seconda edizione

Uno strumento pensato per ispirare, ma anche per offrire un supporto concreto, costruendo in modo semplice e pratico il proprio itinerario family in Friuli Venezia Giulia. La ristampa della mappa, disponibile in italiano, inglese e tedesco, sarà distribuita negli infopoint regionali e alle principali fiere turistiche. Dai parchi divertimento alle esperienze e itinerari outdoor passando per attività nella natura e con gli animali, musei, centri didattici e castelli, proposte sulla neve ed eventi: un'offerta per vivere il territorio 365 giorni all'anno insieme al Club di prodotto family Friuli Venezia Giulia.

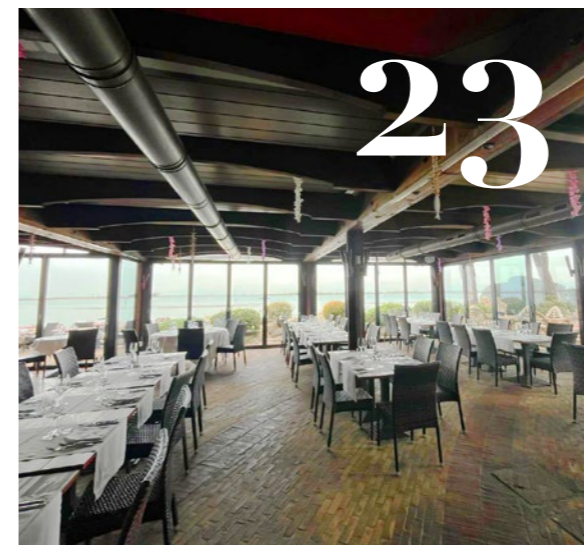
Appuntamento nei borghi, si parte a Strassoldo

Una nuova proposta arricchisce l'offerta di visite guidate promosse da PromoTurismoFVG. Si tratta di "Appuntamento nei Borghi", che invita a scoprire Strassoldo di Cervignano del Friuli attraverso un percorso guidato tra scorci suggestivi, storia e atmosfere autentiche. La visita parte da Porta Cistigna e si snoda tra mulini, testimonianze rurali e dimore storiche, con una tappa a Villa Vitas e il passaggio in Via dei Castelli. Il tour comprende l'ingresso al castello di Sopra e al giardino del castello di Sotto, luoghi che raccontano il passato nobile del borgo. L'esperienza è proposta il 2 e 16 maggio, 6 e 14 giugno, 6 e 19 settembre e 18 ottobre.



Operatori turistici: formazione continua

Sportland e Comunità Collinare del Friuli: due incontri dedicati agli operatori turistici per rimanere sempre aggiornati nel mondo del turismo. L'8 aprile una full immersion a Venzone con i formatori di Eupragma ha indagato nuovi scenari di mercato e innovazioni in ambito turistico, mentre nel pomeriggio i 13 operatori hanno assistito alla masterclass sull'intelligenza artificiale. Il 15 aprile al castello di Colloredo di Monte Albano la mattinata è stata dedicata alla comunicazione, mentre poi, con i 15 operatori, si è passati al focus sulle linee guida per la pianificazione stagionale di eventi e appuntamenti in ottica turistica.



Anche Grado destinazione Mice

Venerdì 10 aprile si è svolto a Grado il sopralluogo con gli organizzatori del 7th Food Structure & Functionality Symposium e con l'Università di Udine, partner scientifico dell'evento, in vista dell'appuntamento che si terrà dal 18 al 21 ottobre al Palazzo dei Congressi. Si tratta dei principali appuntamenti internazionali dedicati alla scienza degli alimenti e ai rapporti tra struttura, trasformazione e funzionalità dei prodotti alimentari e riunirà a Grado oltre 200 ricercatori, docenti universitari e rappresentanti dell'industria alimentare provenienti da tutto il mondo, per confrontarsi su progettazione dei cibi del futuro, innovazione nei processi produttivi, nuovi materiali alimentari e sostenibilità, rafforzando così anche l'immagine dell'isola come destinazione internazionale del Mice.



Uno Zoncolan sempre più a misura di famiglia

Si conclude il percorso di formazione in presenza dedicato allo sviluppo dell'offerta family dello Zoncolan che ha coinvolto operatori turistici e realtà del territorio in quattro giornate tra Sutrio e Comeglians. L'iniziativa ha rappresentato un momento di crescita condivisa per costruire una destinazione sempre più accogliente, coordinata e riconoscibile per le famiglie. Al centro del lavoro, l'obiettivo di mettere in rete Comuni, ricettività, servizi ed esperienze, rafforzando la qualità dell'accoglienza. Tra i temi affrontati governance, accessibilità, prodotto turistico, marketing e promo-commercializzazione, con il contributo di docenti, Università di Udine, Fondazione Agrifood FVG e PromoTurismoFVG. Un percorso che getta le basi operative per rendere lo Zoncolan una destinazione family sempre più strutturata e competitiva.

BAVIERA MERCATO STRATEGICO: A MONACO LE ECCELLENZE DELLA REGIONE

Il 23 aprile l'evento organizzato da PromoTurismoFVG per consolidare collaborazioni e rapporti con un'area sempre altamente legata al Friuli Venezia Giulia



Rafforzare la presenza del Friuli Venezia Giulia sul mercato tedesco, con un focus particolare sulla Baviera, area da sempre strategica e altamente ricettiva. Il 23 aprile a Monaco di Baviera, al Munich Marriott Hotel City West, è andato in scena un evento esclusivo dedicato ai principali operatori dell'industria turistica bavarese, organizzato da PromoTurismoFVG. La serata ha previsto incontri b2b tra i numerosi operatori regionali presenti e buyer

tedeschi, una presentazione dedicata alla stampa con 25 testate regionali e nazionali tedesche, e una cena-spettacolo con esperienze enogastronomiche e intrattenimento dal vivo, con il coinvolgimento di un centinaio di ospiti tra tour operator, agenzie di viaggio, giornalisti e rappresentanti istituzionali, per favorire nuove collaborazioni e rafforzare le relazioni già consolidate. In questa occasione è stato inoltre presentato al pubblico tedesco Pordenone



Capitale italiana della Cultura 2027: la città e il suo territorio, ancora poco conosciuti dal mercato bavarese, si presentano come nuove opportunità sul mercato del Friuli Venezia Giulia, fornendo delle ottime alternative e integrazioni alle mete già consolidate. In un contesto internazionale come quello attuale caratterizzato da crescente incertezza, diventa ancora più importante per la regione intensificare la propria presenza nei mercati di prossimità, posizionandosi come destinazione accessibile, sicura e autentica. In questo scenario, il Friuli Venezia Giulia si conferma una proposta completa e diversificata, facilmente raggiungibile e capace di rispondere alle nuove esigenze del viaggiatore europeo. Alla cena, in accompagnamento ad alcune specialità gourmet, sono stati serviti vini regionali grazie anche al supporto del personale Ais (Associazione italiana sommelier) FVG.



CASTELLO DI DUINO, UNA META PER TUTTI

L'affascinante maniero oggi racconta la sua storia anche attraverso il progetto permanente di "Pezzi di Storia", che vede protagonisti i mattoncini colorati più famosi del mondo

Affacciato sul golfo di Trieste, il castello di Duino continua a incantare viaggiatori di ogni età, con il suo fascino di maniero "vivo", tra i cui corridoi eleganti si respira ancora il clima culturale vivace che da secoli lo caratterizza e la presenza dei suoi proprietari, la famiglia della Torre e Tasso. Con i suoi tesori, come la Scala Palladio, vero gioiello architettonico, e il parco lussureggiante dove si cela - tra le altre gemme nascoste - un bunker risalente alla Seconda guerra mondiale, nel 2025 il castello ha registrato 69mila visitatori. Oggi la visita all'edificio è un'esperienza per tutta la famiglia, grazie al progetto permanente "Pezzi di Storia", inaugurato lo scorso 16 aprile, grazie al quale

si apre sempre di più anche alle famiglie arricchendo il suo percorso espositivo che diventa così anche a misura di bambino. Sette installazioni, realizzate con oltre 330mila mattoncini Lego e più di 800 ore di lavoro, raccontano. Infatti, personaggi e vicende legati alla storia del Castello. Dalla riproduzione in scala 1:45 del maniero alla Scala Palladio ai ritratti del principe Raimondo e della principessa Marie von Thurn und Taxis, alla statua di Rilke, fino alla Bora che soffia sul Molo Audace e alla scena della firma del Patto di Duino. Il risultato è un dialogo inedito tra arredi d'epoca e creatività contemporanea che rinnova il racconto di questo luogo.



Da marzo di quest'anno il castello di Duino è entrato a far parte dell'offerta della FVGcard. Attenzione anche alle famiglie con l'ingresso gratuito per i bambini fino a 6 anni e al costo simbolico di 1 euro per i figli dal secondo in poi, di età tra i 7 e i 17 anni. Per i residenti di Duino-Aurisina l'accesso è illimitato per tutto l'anno al prezzo di un singolo ingresso.

MONTAGNA: PASSAGGIO DI TESTIMONE

La montagna archivia la stagione

invernale e si prepara all'apertura degli impianti per l'estate

Una montagna di animazioni per l'inverno 25/26

6 calendari attivi

(Tarvisiano, Forni di Sopra, Sauris, Zoncolan, Sappada, Arta Terme)

1.500 partecipanti

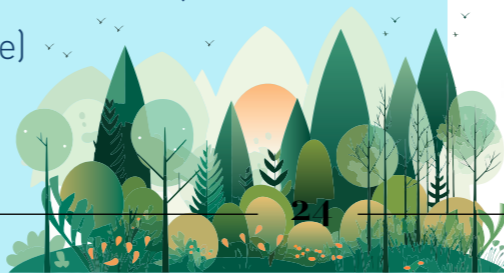
(Forni di Sopra e Zoncolan le località che hanno registrato il maggior numero di partecipanti - oltre 300 ciascuna)

280 uscite effettuate



Top 5 attività

- **Lanternata di Fondovalle** (Rete Visit Zoncolan)
- **Laboratorio di Cjarsons al ristorante Al Cavallino a Paularo** (Consorzio Silent Alps)
- **Fiaccolate a Forni di Sopra** (Rete Dolomiti in tutti i sensi)
- **Passeggiate naturalistiche nel Tarvisiano** (Consorzio del Tarvisiano)
- **Escursione nel bosco con le lanterne** (Rete Sauris Zahre)



FORNI DI SOPRA/SAURIS



Varmost 1 e 2



giugno: 13-14, 20-21, 27-28
dal 4/07 al 30/08 tutti i giorni
settembre: 5-6, 12-13

PIANCAVALLO



Seggiovia Tremol1
Bob su rotaia



Dal 4/07 al 30/08 aperti tutti i giorni



30/05– apertura straordinaria
per Giro d'Italia

SAPPADA/FORNI AVOLTRI



Seggiovia Siera



dal 4/7 al 6/9
tutti i giorni

SELLA NEVEA



Telecabina Canin
dal 4/7 al 6/9 tutti i giorni
settembre: 12-13 e 19-20



Funifor Prevala:
luglio → 18-19, 25-26



dal 1/8 al 23/8 tutti i giorni
agosto: 29-30

RAVASCLETTO/ZONCOLAN



Funifor Ravascletto-Zoncolan



giugno: 27-28
dal 4/7 al 6/9 tutti i giorni



Novità - Bike park

TARVISIO



Telecabina del Lussari
dal 30/5 al 27/9 tutti i giorni



Notturmo (ven. agosto)



Fun area dell'Angelo
dal 13/06 al 13/09 tutti i giorni

FRIULI VENEZIA GIULIA DA ESPLORARE, LA NUOVA LONELY PLANET

Cambio di passo nel formato editoriale, sempre più in linea con le tendenze

contemporanee: più spazio alle esperienze e all'outdoor, disponibile

in edicola e online

“Immaginate il Friuli Venezia Giulia come una stanza con pareti di monti selvaggi; il pavimento è una pianura dove sono sparsi mosaici colorati, steppe con tanti piccoli animali, fiumi ramificati come piste di automobili, città a forma di stella”. “A cavallo tra i mondi, perdetevi nelle ibridazioni di Gorizia... il mare di vigne del Collio è custode di gesti antichi e vini leggendari... seguite il fluire delle rogge fin nel cuore di Udine... i Colli di Udine sono un microcosmo rurale solcato dalla drammatica bellezza del Tagliamento”. Con queste immagini evocative Andrea Formenti e Piero Pasini raccontano la regione nella nuova guida Lonely Planet dedicata al Friuli Venezia Giulia, disponibile in libreria e online. Il volume segna un cambio di passo nel formato editoriale, sempre più allineato alle tendenze contemporanee con maggiore spazio alle immagini e alle esperienze. Debutteranno nuove rubriche tematiche, con

un'attenzione particolare all'outdoor e ai percorsi a piedi, così come al tema dei confini geografici, culturali e storici. Anche la narrazione storica viene ripensata: il racconto si sviluppa attraverso 15 luoghi simbolo, selezionati per restituire in chiave immersiva le tappe fondamentali del passato del Friuli Venezia Giulia. La guida, 288 pagine inserite nella collana regionale, rappresenta una nuova tappa di un percorso editoriale iniziato nel 2014 con la prima edizione in italiano, proseguito con tre aggiornamenti e culminato nell'edizione in inglese del 2023. Questa nuova uscita consolida l'impegno di PromoTurismoFVG rispetto alla strategia di posizionamento e all'inserimento del Friuli Venezia Giulia nelle principali guide turistiche internazionali, attraverso aggiornamenti, ampliamenti dei contenuti e la creazione di nuove pubblicazioni.



La guida, 288 pagine inserite nella collana regionale, rappresenta una nuova tappa di un percorso editoriale iniziato nel 2014 con la prima edizione in italiano, proseguito con tre aggiornamenti e culminato nell'edizione in inglese del 2023

“Italy”, aggiornata la sezione dedicata al FVG

La collaborazione con Lonely Planet prosegue anche a livello internazionale: dall'8 al 14 aprile PromoTurismoFVG ha supportato anche l'autore Kevin Raub, incaricato di aggiornare il capitolo dedicato al Friuli Venezia Giulia della guida “Italy” della casa editrice, destinata a un pubblico di lettori provenienti da ogni parte del mondo. La nuova edizione del volume, in uscita nei prossimi mesi, condenserà il meglio della destinazione Italia, con esperienze e luoghi iconici per chi sceglie di visitare il Belpaese e suggerimenti su dove mangiare e pernottare.



PIÙ CONNESSIONI, PIÙ TURISMO: CONNECT 2027 A TRIESTE

Oltre 800 delegati e più di 75 compagnie aeree attese

in Friuli Venezia Giulia: tre giorni di incontri per sviluppare nuove rotte e rafforzare il turismo internazionale



Oltre 800 delegati tra i principali player internazionali del settore dell'aviazione, tra cui grandi gruppi aeroportuali, e più di 75 compagnie aeree di rilievo globale coinvolte, tre giorni per scoprire Trieste e il Friuli Venezia Giulia e nuove opportunità di network. Trieste si prepara ad accogliere "Connect 2027", il principale forum b2b europeo dedicato allo sviluppo delle rotte aeree, in programma dal 23 al 25 febbraio 2027 al Generali Convention Center, un'occasione strategica per rafforzare il ruolo della regione nel

panorama internazionale del turismo e dell'aviazione. Obiettivi? Facilitare il dialogo tra domanda e offerta e favorire l'attivazione di nuovi collegamenti, consolidare quelli esistenti e migliorare l'accessibilità della destinazione. Lo scorso 10 aprile a Trieste è stato annunciato l'importante appuntamento che consente a enti di promozione turistica, operatori aeroportuali e aziende dell'ecosistema dell'aviazione di incontrarsi, confrontarsi e sviluppare nuove opportunità di business.

Dopo la candidatura del Friuli Venezia Giulia e la partecipazione all'ultima edizione di Connect a Lublino, in Polonia, Trieste è stata selezionata per il suo potenziale e per la sua posizione strategica di porta tra Europa centrale e Balcani, diventerà un hub di incontri e relazioni con un fitto programma di workshop, meeting b2b, conferenze, panel e appuntamenti di networking, oltre a eventi e momenti di scoperta del territorio.

Trieste si prepara ad accogliere "Connect 2027", il principale forum b2b europeo dedicato allo sviluppo delle rotte aeree, in programma dal 23 al 25 febbraio 2027 al Generali Convention Center, un'occasione strategica per rafforzare il ruolo della regione nel panorama internazionale del turismo e dell'aviazione



Gli ospiti, infatti, inizieranno a raggiungere la regione già a partire dal 20 febbraio per poter prendere parte ai tour esplorativi del territorio (dal 20 al 22 febbraio) e PromoTurismoFVG avrà un ruolo centrale nell'organizzazione e nel coordinamento dell'evento, curando la logistica, l'accoglienza e il dialogo con gli stakeholder internazionali, anche con la collaborazione di Trieste Airport. Al centro del progetto la connettività, leva fondamentale per lo sviluppo economico e turistico: nuove rotte significano maggiore accessibilità, crescita dei flussi incoming e ricadute concrete sul territorio. Connect 2027 si conferma così un'occasione chiave per rafforzare l'attrattiva internazionale della regione, sviluppare il traffico aereo e sostenere una crescita turistica duratura.

GIRO D'ITALIA, QUASI PRONTI...

Lo sponsor ufficiale della 109° maglia rosa sarà

“Io sono Friuli Venezia Giulia” e la corsa sbarca anche

sui videogame e su Fornite con tappa Gemona del Friuli

UNA MAGLIA, UN'IDENTITÀ: IL FRIULI VENEZIA GIULIA AL GIRO D'ITALIA

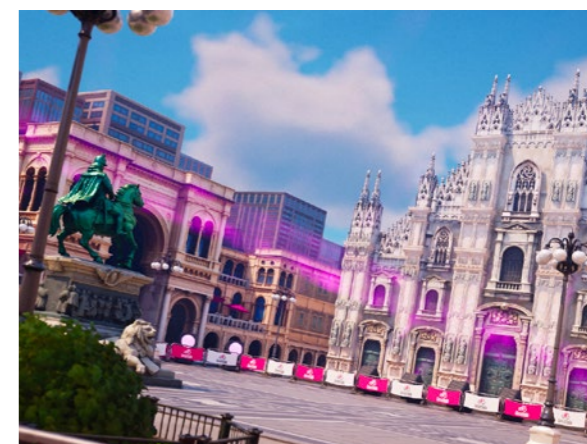
Sarà “Io sono Friuli Venezia Giulia” lo sponsor della maglia rosa al Giro d'Italia 2026. La Regione, attraverso PromoTurismoFVG, ha stretto l'accordo con RCS che vedrà il brand territoriale – nell'edizione numero 109 della corsa – protagonista sulle divise dei ciclisti portando il Friuli Venezia Giulia sotto i riflettori di uno degli eventi sportivi più seguiti al mondo, davanti a milioni di telespettatori. La maglia rosa, svelata a Roma, in Campidoglio, il 29 aprile durante la presentazione della tappa finale del Giro d'Italia, avrà un significato speciale, con un'inserzione dedicata agli 80 anni della Repubblica con la scritta: “Lo sport che unisce, l'Italia che ispira” accompagnata dalla dicitura “1946-2026 - 80 anni - Repubblica Italiana” accanto a “Io sono Friuli Venezia Giulia”, proprio nell'anno del 50° del terremoto che colpì questa terra e che porterà la carovana rosa da Gemona a Piancavallo il prossimo 30 maggio. La scelta della Regione di puntare su un grande evento di rilevanza internazionale per aumentare la visibilità del Friuli Venezia Giulia unirà sport, territorio, identità e turismo.



IL GIRO D'ITALIA È SU FORTNITE, CON GEMONA

Il Giro d'Italia è su Fornite e tra le tappe virtuali dei ciclisti si passa anche per Gemona del Friuli. La celebre corsa rosa entra così ufficialmente nel mondo del gaming all'interno del celebre videogioco sviluppato da Epic Games, grazie al progetto realizzato da Rcs Sport e Novo Esports. Una mappa personalizzata che passa per otto città di tappa presenti nel percorso ufficiale (Catanzaro, Napoli, la Cima del Blockhaus in Abruzzo, Viareggio, Aosta, Milano, Gemona del Friuli e per concludere Roma)

e un ambiente di gioco del tutto inedito ideato per gruppi fino a otto persone. Questo lo scenario in cui i giocatori pedaleranno virtualmente scoprendo le caratteristiche del percorso ufficiale lungo il quale si sfidano i veri campioni di ciclismo: strade asfaltate, checkpoint intermedi e tanti contenuti esclusivi inseriti con la possibilità di collezionare le iconiche maglie del Giro d'Italia, riproducendo le stesse dinamiche con l'obiettivo di conseguire il miglior tempo alla progressione lungo le diverse frazioni, fino alla conquista del Trofeo Senza Fine. Informazioni e dettagli su www.giroaditalia.it/fornite.

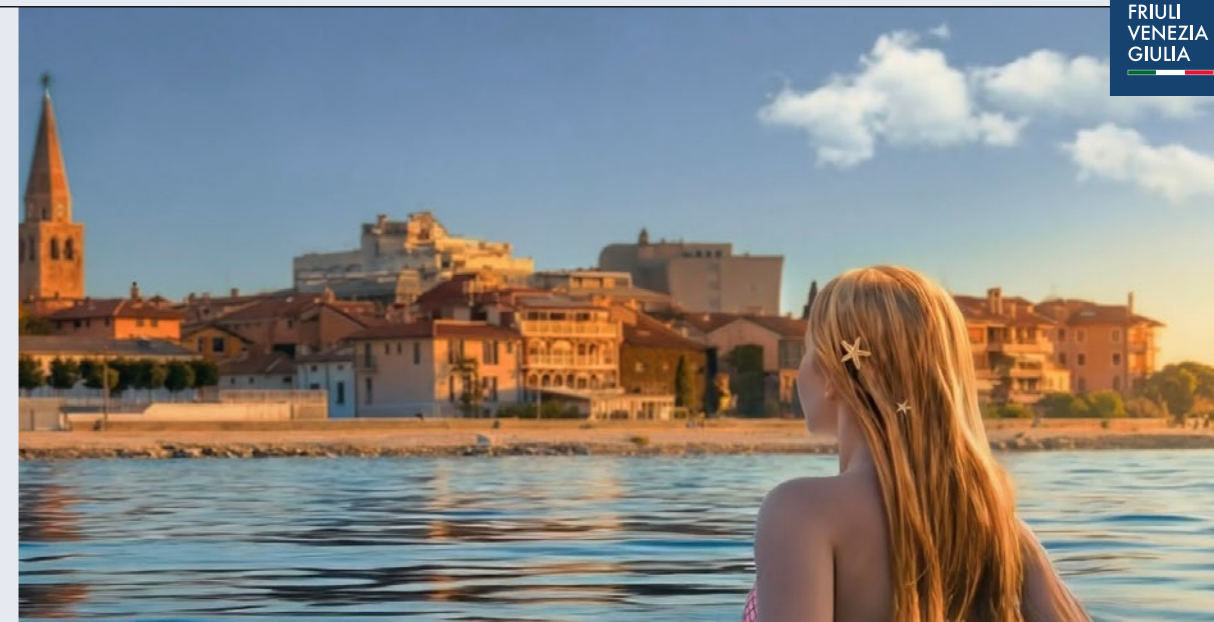


FOCUS ON:

DOVE LA FIABA DIVENTA REALTÀ: IL FRIULI VENEZIA GIULIA NEL NUOVO SPOT

Tra unicorni, fatine e sirene la regione si popola di creature fantastiche dando vita a una favola contemporanea. In onda dal 19 aprile al 9 maggio sulle principali emittenti nazionali

Incantevoli unicorni che atterrano sulle rive cristalline dei Laghi di Fusine, bizzarri gnomi che si concedono una golosa merenda tra le vette spettacolari e incontaminate delle Dolomiti Friulane, una principessa sognante che ammira il fascino senza tempo del castello di Miramare, una vivace fatina che danza tra i vigneti del Collio e dei Colli orientali e un'ammaliante sirena dai capelli dorati che si immerge nelle acque di Lignano Sabbiadoro e di Grado. Sono queste le immagini suggestive al centro del nuovo spot dedicato al Friuli Venezia Giulia, in onda da domenica 19 aprile e fino al 9 maggio sulle principali emittenti nazionali. Un racconto visivo che trasforma la regione in un vero e proprio mondo da fiaba, dove i luoghi più iconici si popolano di creature fantastiche, capaci di amplificare e restituire la magia autentica del territorio. Immaginazione, sogno e realtà si intrecciano così in una narrazione evocativa e allo stesso tempo contemporanea.



La storia prende vita e forma nella cameretta di una bambina che chiede al papà la favola della buonanotte. Lui, ispirandosi a una guida di viaggio che sta sfogliando per pianificare le prossime vacanze, inizia a costruire un racconto incantato, visto attraverso lo sguardo meravigliato dei più piccoli, a cui si unisce poi anche la mamma popolando la storia di altri personaggi della fantasia immersi nei paesaggi della regione. A riportare tutti con i piedi per terra ci pensa il fratello maggiore, che ricorda come la regione sia anche una terra di concerti, rinforzando il messaggio dello spot:

Friuli Venezia Giulia, "la fiaba che diventa realtà". Lo spot da 45 secondi – affiancato anche da una versione da 30 secondi – concentra l'incanto del Friuli Venezia Giulia in una serie di immagini ad alto impatto che grazie all'ausilio dell'intelligenza artificiale combina immaginazione e realtà. Dal 19 aprile al 9 maggio andrà in onda su Rai, Gruppo Mediaset, Sky, Warner Bros Discovery e canali dedicati ai bambini (Prs Mediagroup: K2, Frisbee, TV2000, SportItalia) con 5.422 passaggi.



A questi si aggiungono ulteriori uscite sulle principali piattaforme pay TV e streaming, tra cui Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Pluto TV, Paramount+, Mediaset Infinity e RaiPlay. Dal primo maggio per 15 giorni partirà la campagna per promuovere lo spot sui maxi- schermi di Roma e Milano.

Ritornano gli elementi centrali e distintivi che finora hanno caratterizzato la narrazione della regione affidata ai precedenti spot e alle principali campagne

nazionali - una destinazione adatta alle famiglie, capace di unire mare, montagna, città e offerta enogastronomica - e allo slogan "C'è tutto un mondo", che, in questo caso, è proprio fantastico, trasformando il Friuli Venezia Giulia in un luogo dove la magia prende forma e diventa realtà. Una campagna pensata per accompagnare la promozione turistica lungo tutto l'anno: dopo questa prima uscita proseguirà infatti anche con una declinazione autunno-inverno.

Un racconto visivo che trasforma la regione in un vero e proprio mondo da fiaba, dove i luoghi più iconici si popolano di creature fantastiche, capaci di amplificare e restituire la magia autentica del territorio. Immaginazione, sogno e realtà si intrecciano così in una narrazione evocativa e allo stesso tempo contemporanea



UN OCCHIO AL CINEMA

IL FRIULI VENEZIA GIULIA SI CONFERMA TERRA DI CINEMA

Uscite in sala, anteprime sul territorio e momenti di confronto

strategico: FVG Film Commission sempre più centrale nel panorama

audiovisivo nazionale e internazionale

IN SALA
“UN ANNO DI SCUOLA”
DI LAURA SAMANI

Il mese si è aperto con l'uscita nelle sale di Un anno di scuola, il nuovo film della regista triestina Laura Samani, presentato in anteprima regionale l'8 aprile al Cinema Ambasciatori di Trieste. Girato tra Trieste e il territorio regionale, il film ha restituito sullo schermo luoghi e atmosfere riconoscibili, dal Carso alle Rive, coinvolgendo direttamente il tessuto locale anche attraverso il progetto sviluppato con l'istituto Galvani. Proprio qui, infatti, è stato attivato un percorso per le competenze trasversali e per l'orientamento (Pcto) che ha permesso agli studenti di partecipare alle fasi di lavorazione, trasformando il set in un'occasione concreta di formazione e avvicinamento al settore audiovisivo.



**“ALLA FESTA DELLA RIVOLUZIONE”:
ANTEPRIMA E TOUR IN REGIONE**

A metà mese è arrivato nelle sale “Alla festa della rivoluzione” di Arnaldo Catinari, svelato il 15 aprile in anteprima al cinema Visionario di Udine, primo appuntamento di un tour che ha toccato Monfalcone, Trieste e Pordenone alla presenza del regista e del cast. Il film è stato girato per sette settimane in Friuli Venezia Giulia, tra Udine, Trieste, Palmanova e Gorizia, valorizzando spazi urbani e dimore storiche e coinvolgendo maestranze locali e centinaia di figurazioni. Un progetto che ha riportato il racconto cinematografico nei luoghi che ne hanno reso possibile la realizzazione, rafforzando il legame tra produzione e territorio.





“THE DOG STARS”: ONLINE IL TRAILER DEL FILM DI RIDLEY SCOTT

Nei giorni successivi sono state diffuse le prime immagini di The Dog Stars, il nuovo film diretto da Ridley Scott, girato in parte in Friuli Venezia Giulia e in uscita nelle sale il prossimo 26 agosto. Il trailer ha mostrato, tra gli altri, i paesaggi di Bordano e del fiume Tagliamento, scelti per la loro forza visiva e per la capacità di trasformarsi in scenari di respiro internazionale. Le riprese, concluse lo scorso anno, hanno confermato ancora una volta l’attrattività del territorio per le grandi produzioni estere, grazie alla varietà dei paesaggi e alla collaborazione tra istituzioni e sistema locale.



**TRIESTE OSPITA
IL TRAINING NAZIONALE
DELLE FILM COMMISSION**

A chiudere il mese è stato un appuntamento di rilievo per il sistema audiovisivo nazionale: dal 20 al 22 aprile Trieste ha ospitato per la prima volta il Training annuale delle Film Commission, co-organizzato insieme a Italian Film Commission. L’iniziativa ha rappresentato un momento di confronto e formazione tra gli staff delle diverse Film Commission italiane, articolato in tavoli tematici dedicati a bandi, produzione e normative, con

l’obiettivo di favorire un progressivo allineamento degli strumenti a livello nazionale. Accanto al lavoro tecnico, il programma ha previsto anche approfondimenti su temi centrali per il settore, come l’impatto dell’intelligenza artificiale nel cinema e il futuro del tax credit. Per FVG Film Commission l’evento ha rappresentato non solo un’occasione di aggiornamento e crescita, ma anche un’importante opportunità di promozione del territorio e di rafforzamento delle relazioni con le altre realtà regionali, sempre più orientate a sviluppare strategie condivise nella proposta di location e servizi alle produzioni.



I PROSSIMI APPUNTAMENTI

Workshop Italia – Bologna e Verona

6 e 7 maggio

Salone del Libro - Torino

14-18 maggio

London Wine Fair - Londra

18-20 maggio

LONDON
WINE
FAIR



ITB China - Shanghai

25-28 maggio

Giro d'Italia - Gemona del Friuli - Piancavallo

30 maggio



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:

Aprile 2026

Testata registrata

al Tribunale di Trieste

n. 1/2024 - 27/2024 V.G.

FRIULI VENEZIA GIULIA C'È TUTTO UN MONDO



C'È TUTTO UN MONDO DI CONVIVIALITÀ DA SCOPRIRE

In primavera accadono cose meravigliose. Come l'apertura delle Osmize: luoghi del cuore nascosti nella natura del Carso, tavole imbandite a picco sul mare, cibo autentico da condividere in un'atmosfera unica, da assaporare.

C'è tutto un mondo di convivialità da scoprire, in Friuli Venezia Giulia

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA


www.turismofvg.it

FRIULI VENEZIA GIULIA CONNESSIONI D'ECCELLENZA

Tra vigneti che si intrecciano
come fili e atmosfere che accarezzano
lo sguardo, i profumi della terra arrivano
come un regalo inaspettato: sono gemme da raccogliere
con delicatezza, frutto della nostra esperienza e dedizione,
motivi d'orgoglio che raccontano la nostra storia.

**Le nostre connessioni d'eccellenza
ti aspettano in Friuli Venezia Giulia**

**IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA**


www.turismoofvg.it