

Friuli Venezia Giulia, turismo in crescita in una terra autentica

Dal post pandemia tra le mete più ricercate, una regione autentica e sostenibile che conquista sempre più visitatori grazie alla sua offerta unica tra natura, cultura, enogastronomia ed eventi internazionali

Tra mare e montagne, il Friuli Venezia Giulia offre un paesaggio che abbraccia le onde dell'Adriatico e le lagune di Grado e Marano, fino a spingersi verso le Alpi e le Dolomiti, passando per la zona collinare e i suoi vigneti, che regalano alcuni tra i migliori vini bianchi al mondo, cinque siti Unesco - tra i quali Aquileia, Cividale del Friuli e Palmanova - eccellenze dell'agroalimentare come il prosciutto di San Daniele e il Montasio, e una natura ancora incontaminata che caratterizza questa regione a Nord Est, paradiso per gli amanti del cicloturismo e delle attività outdoor.

Dal post pandemia il Friuli Venezia Giulia è tra le mete turistiche più ricercate d'Italia e da due anni ha superato stabilmente il tetto dei 10 milioni di presenze turistiche l'anno. Non a caso, la regione è entrata nella top 10 del Regional Tourism Reputation Index, curato da Demoskopia, che misura annualmente la reputazione e l'appel turistico di un territorio, scalando in appena cinque anni ben dieci posizioni.

Un "successo" che si basa proprio sul suo essere lontano dal turismo di massa, un'area dove è ancora possibile vivere esperienze a contatto con la natura e trovare ottimi servizi a un prezzo contenuto. Ma non solo: questo buon risultato è anche il frutto di una pluriennale e articolata strategia di promozione, che si fonda sul nuovo claim unico e identitario "Io sono Friuli Venezia Giulia". Il Friuli Venezia Giulia si pone come destinazione ideale per famiglie, giovani coppie e amanti della cultura, così come della natura e dello sport outdoor, un territorio autentico e sostenibile, dove apprezzare prodotti genuini e rispettosi dell'ambiente. Accanto ai classici Paesi target (Triveneto, Germania, Austria e paesi dell'Est Europa), le strategie di promozioni degli ultimi anni si sono orientate verso nuovi mercati, come gli Stati Uniti, la Gran Bretagna e il Nord Europa (Scandinavia), affacciandoci anche all'Estremo Oriente (Giappone), sfruttando l'occasione data dall'Expo di Osaka 2025.

Grandi eventi come concerti, rassegne culturali e sportive con artisti, ospiti e atleti di rilievo internazionale rappresentano un fattore di attrattività e di riconoscibilità per il territorio, grazie a cui la Regione, attraverso anche l'ausilio di una forte promozione media a livello nazionale ed estero, sta lavorando per una maggiore visibilità. GO! 2025, con Gorizia-Nova Gorica prima Capitale europea della Cultura transfrontaliera, le cui celebrazioni sono iniziate lo scorso 8 febbraio e proseguiranno fino a fine anno per ricordare quel confine che un tempo, con la Cortina di Ferro, divideva due popoli e due Paesi, Italia e Slovenia, e oggi invece è simbolo di unione e riconciliazione, rappresenta per il Friuli Venezia Giulia una grandissima occasione per far conoscere il territorio e valorizzare l'offerta turistica transfrontaliera.

Di pari passo, in questi anni si è cercato di potenziare i collegamenti da e per il Friuli Venezia Giulia, per agevolare l'incoming di flussi turistici anche da destinazioni più lontane e con rotte diverse. Trieste Airport è recentemente divenuto anche base della compagnia Ryanair, raggiungendo per la prima volta la cifra di 1,3 milioni di passeggeri in transito nel 2024. Analogamente, è lievitato il flusso turistico generato dalle crociere, che anche quest'anno porterà complessivamente nei porti di Trieste e Monfalcone circa 500mila passeggeri.

"Questo trend di crescita si è confermato anche nell'estate appena trascorsa, in cui il Friuli Venezia Giulia, accanto al turismo dall'estero che rappresenta il principale flusso di incoming, ha registrato il ritorno del turismo del Belpaese, con 100mila presenze di italiani in più rispetto al 2024. È questo il trend più significativo dell'estate, registrato nel periodo tra maggio e luglio. In termini percentuali, le presenze di connazionali in Friuli Venezia Giulia sono cresciute del 7,1% in un anno. È un risultato sicuramente frutto di una pluralità di fattori, tra cui la crescita dell'appel del nostro territorio e le importanti campagne di promozione portate avanti dalla Regione e da PromoTurismoFVG sui principali media italiani".



A darne notizia è l'Assessore regionale alle Attività produttive e Turismo, Sergio Emidio Bini, commentando i dati in merito alle presenze turistiche in Friuli Venezia Giulia nel periodo maggio-luglio 2025. Complessivamente si sono registrate 4.363.664 presenze turistiche, in aumento del +3,2% rispetto allo stesso periodo del 2024. Ad influire in maniera significativa su questa performance è la crescita di visitatori italiani (+7,1%), dopo un triennio che aveva visto l'aumento esponenziale della componente internazionale, che comunque nell'anno in corso registra un +1,2%.

“L'estate appena conclusasi ha visto un mese di luglio caratterizzato da un meteo non particolarmente estivo, ma l'andamento delle presenze turistiche in regione è rimasto comunque costante - prosegue Bini -. In questo senso la carta vincente è senza dubbio la nostra offerta turistica diversificata e di qualità, che permette al visitatore di ovviare anche a una o più giornate di pioggia. I grandi eventi musicali e sportivi hanno poi senz'altro rafforzato l'immagine della nostra regione in Italia e all'estero, portando un evidente ritorno in termini di visibilità e attrattività”.

“Dunque, non possiamo che ritenerci orgogliosi di questa nuova reputazione nazionale e internazionale del Friuli Venezia Giulia: i turisti italiani e stranieri scelgono sempre più volentieri di visitare il nostro territorio – chiude l'assessore regionale – e noi continueremo a impegnarci per accogliere e far conoscere la nostra bellissima terra”.

Maggiori informazioni sul Friuli Venezia Giulia:

www.turismofvg.it/it

www.turismofvg.it/it/turismofvg-comunicazione/press