

martedì, Luglio 19, 2022

Ultimo: FVG tra le destinazioni italiane più gettonate per il 2022
[HOME](#) [PRIMO PIANO](#) [TERRITORIO](#) [FVG](#) [ECONOMIA](#) [CRONACA](#) [CULTURA](#) [SPETTACOLI](#) [SPORT](#) [PODCAST](#)
[VIDEO](#)
[Economia](#) [FVG](#) [Video](#)

FVG tra le destinazioni italiane più gettonate per il 2022

19 Luglio 2022 Redazione

“I dati positivi del sondaggio di Demoskopika che vedono il Friuli Venezia Giulia fra le destinazioni più gettonate per il 2022 tra chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia e collocano la regione tra le mete turistiche italiane con un livello di interesse medio alto insieme a Trentino-Alto Adige, Toscana, Marche, Sardegna e Calabria, sono il frutto di un lavoro di squadra, di investimenti nella promozione e di misure importanti anche a livello normativo. Abbiamo fatto una scelta di politica turistica molto chiara investendo risorse importanti anche nella promozione in anni complicati. E' l'inizio di un percorso che richiede continuità, uniformità e impegno da parte di tutti”.

Lo ha detto il governatore del Friuli Venezia Giulia, Massimiliano Fedriga, durante la conferenza stampa di presentazione dei risultati del sondaggio commissionato attraverso PromoturismoFVG, a Demoskopika per analizzare immagine, appeal e driver della regione, rilevando consumi, tendenze e aspettative degli italiani (turisti potenziali e non) in relazione alla destinazione turistica regionale. Assieme al governatore anche l'assessore alle Attività produttive e Turismo Sergio Emidio Bini, il direttore generale di PromoturismoFvg, Antonio Bravo, e il direttore marketing Bruno Bertero. “Per promuovere un territorio – ha detto Fedriga – è

Partner

Hai problemi di debiti?
C'è una soluzione per te

Scopri di più

RI ANALISI
BANCA - CREDITO - TRIBUTI

Assistenza gratuita
800 183420

Streaming

RSN
www.rsn.it

ASCOLTA ORA

Partner

MITS ENERGY SPECIALIST

ITS Alto Friuli - Energy Specialist
TECNICO SUPERIORE PER LA
GESTIONE E MANUTENZIONE
DI IMPIANTI ENERGETICI

Meteo in tempo reale

©2022 [iIMeteo.it](#)

Tolmezzo

Sereno
Temperatura: **26°C**
Umidità: 51%

necessario dare continuità, negli anni, al percorso programmato; misure estemporanee non collegate alla programmazione di medio lungo periodo non aiutano a rafforzare l'immagine della regione e non sono neppure un buon utilizzo delle risorse pubbliche".

Dal sondaggio emerge che il Friuli Venezia Giulia è tra le destinazioni più gettonate per il 2022 tra chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia (75,8%) collocandosi tra le mete turistiche italiane con un livello di interesse medio alto insieme a Trentino-Alto Adige, Toscana, Marche, Sardegna e Calabria. Oltre 8 italiani su 10 che dichiarano di conoscere la nostra regione esprimono il loro interesse a visitarla. Il 90,1% degli italiani che si è recato in Friuli Venezia Giulia per una vacanza o per un viaggio, almeno una volta negli ultimi anni, ci ritornerebbe nuovamente. Numeri che per l'assessore Bini rappresentano l'impegno con il quale l'Amministrazione regionale, con PromoturismoFvg, ha rilanciato in modo importante l'immagine del Friuli Venezia Giulia. "I risultati sono il frutto di un lavoro programmato in questi anni con investimenti nel comparto turistico - ha detto Bini -; abbiamo avuto il coraggio di alzare l'asticella senza temere di competere con altri player. Nel 2022 c'è stata un'inversione di rotta sulle campagne mediatiche, abbiamo lavorato sulla promozione di grande impatto, come gli investimenti media sulle reti Mediaset, su Meteo Cinema, l'uscita sul Corriere della Sera e Repubblica, con l'intero spazio pubblicitario dedicato alle immagini della regione, nonché l'iniziativa milanese che ha visto i tram Darsena circolare con le immagini di Lignano". Fedriga e Bini hanno anche comunicato i primi dati della stagione 2022 nel periodo maggio-giugno confrontandoli con quelli del 2019, che segnano un +4,3% sulle presenze con località che stanno crescendo in modo importante: Trieste +15%, Lignano Sabbiadoro + 11%, Gorizia + 19%. Oltre agli investimenti promozionali e sul territorio, Fedriga e Bini, hanno ricordato l'impegno dell'Amministrazione regionale a sostegno del settore turistico e ricettivo sul fronte normativo, attraverso una norma specifica inserita in assestamento volta ad incentivare gli insediamenti turistici di qualità nelle aree montane. "Una norma, ispirata a quella relativa agli insediamenti nei consorzi industriali, - ha spiegato Bini - che permetterà alla Regione di intervenire in modo significativo, superando il 'de minimis' per sostenere fino al 20% dell'investimento privato in favore di strutture ricettive di alto livello". Sul punto, Fedriga ha sottolineato la necessità di migliorare le strutture ricettive "anche per non essere esclusi da specifici settori di promozione nel target turistico medio-alto; da qui l'esigenza di rafforzare la partnership pubblico-privata. Il protagonismo dei privati è necessario perché la capacità di attrazione turistica è anche il frutto di un'alleanza fra le due parti, pubblica e privata, e su questo stiamo lavorando con una norma che presenteremo in assestamento". Più in generale Fedriga ha evidenziato la necessità di ammodernare la ricettività perché "quest'ultima è un biglietto da visita della nostra regione ed è uno degli elementi rilevanti della vacanza". Il governatore ha ricordato poi gli investimenti dell'Amministrazione regionale nella parte infrastrutturale sui poli montani e sulle località balneari e quelli in comunicazione. "La parte comunicativa deve continuare ad essere caratterizzata da uniformità e coerenza per mantenere la sua efficacia - ha detto Fedriga -, è necessario puntare tutti insieme su un unico obiettivo, superando la logica di coltivare il proprio orticello. Dobbiamo ragionare come fossimo un'azienda: impostare obiettivi e strategia, analizzare il ritorno degli investimenti fatti, verificare come migliorare. In quest'ottica abbiamo superato la classica logica dell'equilibrio politico dove la promozione di un territorio è vista più per promuovere l'amministrazione che il territorio stesso". Nel dettaglio, il sondaggio presentato oggi è stato realizzato su un campione rappresentativo di 1.002 cittadini maggiorenni residenti in Italia secondo gli ultimi dati Istat relativi al 2021.

Vento: debole - NE 3 km/h
Situazione alle ore 9:00*

©2022 [iIMeteo.it](https://www.ilmeteo.it)

Gemona del Friuli

 **Sereno**
Temperatura: **26°C**
Umidità: 42%
Vento: debole - ENE 9 km/h
Situazione alle ore 9:00*

©2022 [iIMeteo.it](https://www.ilmeteo.it)

Tarvisio

 **Sereno**
Temperatura: **14°C**
Umidità: 72%
Vento: debole - assente
Situazione alle ore 8:55

©2022 [iIMeteo.it](https://www.ilmeteo.it)

San Daniele del Friuli

 **Sereno**
Temperatura: **27°C**
Umidità: 54%
Vento: debole - S 9 km/h
Situazione alle ore 8:55

©2022 [iIMeteo.it](https://www.ilmeteo.it)

Sappada

 **Sereno**
Temperatura: **19°C**
Umidità: 60%
Vento: debole - assente
Situazione alle ore 8:55

Partner tecnico



Per approfondire ulteriormente l'analisi, il campione è stato indagato anche per alcune variabili strutturali: età, sesso, macro-area di residenza (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro), composizione del nucleo familiare, livello di istruzione, condizione occupazionale. Il Friuli Venezia Giulia risulta dunque tra le destinazioni più gettonate per il 2022 tra chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia (75,8%) collocandosi tra le mete turistiche italiane con un livello di interesse medio alto insieme a Trentino-Alto Adige, Toscana, Marche, Sardegna e Calabria. Oltre 8 italiani su 10 che dichiarano di conoscere la nostra regione esprimono il loro interesse a visitarla. Il 90,1% degli italiani che si è recato in Friuli Venezia Giulia per una vacanza o per un viaggio, almeno una volta negli ultimi anni, ci ritornerebbe nuovamente. Il Friuli Venezia Giulia viene percepita quale meta sicura nella fase post-pandemica prioritariamente perché rispettosa dell'ambiente, poco congestionata. L'appeal della regione cresce: fra i driver vincenti del livello di reputazione della destinazione vi sono il buon rapporto prezzo/qualità dell'offerta, la facilità di raggiungerla per la vacanza, le attrazioni naturali e il patrimonio storico, artistico e culturale e la tradizione enogastronomica. Sul versante della promozione, l'agenda suggerita dal mercato non lascia spazio a dubbi: il campione degli intervistati suggerisce di puntare sui social (44,3%), campagne tv (42,5%) e favorire il tradizionale passaparola (27,8%). Gli aspetti principali che il Fvg evoca secondo l'immagine percepita degli italiani sono il rispetto dell'ambiente, ospitalità, il patrimonio culturale e le tradizioni enogastronomiche. Quanto al local tourism reputation index, Trieste è in testa, seguita da Lignano Sabbiadoro e Udine.



← [Incendio in un negozio del Città Fiera a Martignacco, un commesso intossicato](#)