

Chi siamo

Attività, organizzazione e governance del gruppo
PromoTurismoFVG

PromoTurismoFVG è l'ente regionale che si occupa della strategia, della gestione operativa e della promozione turistica del Friuli Venezia Giulia, con al suo interno una divisione completamente dedicata al "food&wine".

PromoTurismoFVG è una destination management organization integrata che persegue i suoi obiettivi pianificando e organizzando l'offerta attraverso prodotti turistici specifici.

La sua mission è sviluppare il sistema turistico accogliendo gli ospiti come "cittadini temporanei", fornisce linee guida strategiche e si occupa della gestione operativa delle due principali spiagge (Grado e Lignano Sabbiadoro) e dei sei comprensori sciistici (Sappada, Piancavallo, Sauris - Forni di Sopra, Zoncolan, Tarvisio, Sella Nevea -Kanin) della regione, cooperando con gli stakeholder, promuovendo i brand del Friuli Venezia Giulia (Collio, San Daniele, Montasio, Trieste e altri) e offrendo una vasta gamma di prodotti turistici.

Arte e cultura, mare, montagna 365, bike/outdoor, Mice, golf, borghi e dimore storiche sono i prodotti che offre e sui quali punta l'ente per la promozione della regione, con l'enogastronomia come elemento trasversale che si integra con tutte le altre offerte del territorio.

Il gruppo PromoTurismoFVG conta su quattro importanti partner: Git (60% delle spiagge di Grado), Lisagest (60% delle spiagge di Lignano Sabbiadoro), Terme FVG e Mib, Trieste School of management, e si avvale di alcuni board per la condivisione delle strategie e la pianificazione e la programmazione delle attività: leadership team, leadership team extended, board dei revisori, board enogastronomia e i tre tavoli delle tasse di soggiorno di Trieste, Grado e Lignano Sabbiadoro.

Al suo interno il gruppo PromoTurismoFVG conta, di media (tenendo conto anche degli stagionali, di numero variabile), circa 350 persone impiegate nelle diverse aree: amministrazione, finanza e controllo; communication&digital (ufficio stampa, web, social), divisione enogastronomia, infopoint, risorse umane (ufficio legale, sicurezza), prodotto, promozione o advertising, l'unità tecnico-operativa di montagna, patrimonio immobiliare e le terme di Grado, nonché il personale dei sei poli sciistici della regione. Progettazione territoriale e piani di qualità, pubblicità, informazione ai media, fere, web e digital marketing, ricerca e analisi di mercato, formazione, un'ampia gamma di prodotti editoriali o un'accoglienza coordinata anche attraverso il servizio di un call center sono solo gli strumenti con i quali PromoTurismoFVG si dedica alla promo-commercializzazione della destinazione.

 [company Profile Friuli Venezia Giulia 2024.pdf](#)

 [Informativa su fusione di TurismoFVG in Promotur](#)