Friuli Venezia Giulia, obiettivo B2B

Con un proprio spazio espositivo nel padiglione 9 e la presenza di 37 operatori regionali fra agenzie incoming, consorzi, l'aeroporto, associazioni di guide turistiche e strutture ricettive, **il Friuli Venezia Giulia si presenta in Bit con una veste grafica rinnovata e una parola d'ordine: business to business. Per l'occasione l'Agenzia Turismo FVG presenta l’aggiornamento del club di prodotto Family Experience Mare, un ventaglio di strutture ricettive nelle località balneari di Grado, Lignano Sabbiadoro e Trieste certificate da TurismoFVG come adatte alle famiglie**, ovvero rispondenti a requisiti di qualità obbligatori. Un'altra novità è il **Family Carnet**, uno strumento offerto gratuitamente agli ospiti delle strutture del club, che permette di accedere a sconti su alcuni servizi a misura di famiglia come l'accesso ai parchi tematici delle località, la partecipazione a corsi di sport acquatici dedicati ai bambini ed escursioni personalizzate in laguna o via mare a bordo di motonavi.

Ma il Friuli Venezia Giulia si presenta anche come destinazione per il turismo slow, un tursimo di qualità e sostenibile, legato alla ricerca di autenticità e alla fruizione dinamica del territorio, anche attraverso la promozione di attività quali cicloturismo, trekking, golf, canyoning, vela, kitesurf, equitazione, parapendio.