

## Missione 07: TURISMO

### SPESE CORRENTI PER PROGRAMMA E MACROAGGREGATO

|  |  | Impegni 2022        |
|--|--|---------------------|
| <b>Programma 1 - Sviluppo e valorizzazione del turismo</b> |  |                     |
| <b>TITOLO 1 - SPESE CORRENTI</b>                           |  |                     |
| Macroaggregato 1 - Redditi da lavoro dipendente            |  | 163.811,94          |
| Macroaggregato 2 - Imposte e tasse a carico dell'ente      |  | 10.996,16           |
| Macroaggregato 3 - Acquisto di beni e servizi              |  | 844.310,21          |
| Macroaggregato 4 - Trasferimenti correnti                  |  | 69.849,04           |
| <b>Totale SPESE CORRENTI</b>                               |  | <b>1.088.967,35</b> |
| <b>Totale Missione spese correnti</b>                      |  | <b>1.088.967,35</b> |

### Programma 01: Sviluppo e valorizzazione del turismo

#### Obiettivo strategico 2.2: Marketing territoriale

##### Obiettivo operativo 2.2.1: Tavolo di consultazione con i diversi portatori di interesse del territorio

Coerenza con le opportunità della programmazione europea: Interreg, Europa Digitale, Europa Creativa, Urbact IV

#### Attività svolta:

In occasione di Friuli Doc 2022 è stata coinvolta UniUD con l'inserimento del Prof. Nassivera nella Commissione d'esame delle domande di partecipazione alla manifestazione e nella conferenza stampa di presentazione. Quest'anno il Laboratorio di Geomatica ha inoltre collaborato con l'Ufficio Turismo del Comune di Udine per l'effettuazione di un'analisi sulle presenze e spostamenti dei visitatori di Friuli Doc tramite i dati forniti dalla telefonia cellulare.

UniUD è stata coinvolta anche in alcune iniziative e degustazioni al fine incrementare i contenuti qualitativi della manifestazione.

è stato predisposto e somministrato un questionario per la misurazione del grado di soddisfazione degli standisti al fine di identificare gli elementi di miglioramento per le successive edizioni.

Dopo l'interruzione per Covid dei rapporti con i due maggiori Consorzi della Regione FVG, San Daniele e Montasio, nel 2022 sono stati riallacciati i rapporti riportandoli all'interno della manifestazione con interessanti degustazioni guidate.

Sono stati organizzati anche laboratori, incontri e approfondimenti con le varie associazioni di categoria Coldiretti, Confartigianato e Confesercenti.

Con Promoturismo c'è stata una forte integrazione anche a livello di comunicazione sui principali eventi, al fine di incentivare i contatti e l'afflusso di turisti sulle varie manifestazioni, creando sinergie importanti tra canali diversi di comunicazione (siti web, social, info-point).

#### **Obiettivo operativo 2.2.2: Potenziamento eventi consolidati e proposta nuovi eventi**

Coerenza con le opportunità della programmazione europea: Interreg, Europa Digitale, Europa Creativa, Urbact IV

##### **Attività svolta:**

Gli uffici competenti hanno provveduto ad organizzare e/o a collaborare nella realizzazione dei seguenti eventi:

- Iniziative di Carnevale
- Street Food Festival Truck Festival
- Congresso Nazionale dei Giovani Commercialisti
- Raduno Nazionale Vespa "Città di Udine"
- Mitteleuropean Race
- "Udine sotto le Stelle"
- "La Stiria festeggia a Udine"
- "Vento 'Estate nel parco"
- Evento "Bike Night Alpe Adria"
- Manifestazione Mitiche in Castello
- Manifestazione "Perlage - La notte delle Bollicine"
- Manifestazione "4° Motoraduno Città di Udine"
- "OpusLoci" evento organizzato dalla Camera di Commercio
- "Festa dei bambini di inizio estate" presso il parco S.Brun di viale Vat
- "Udine international Street Food ed. 2022"
- "Concerto del Risveglio"
- "Notte Bianca"
- Manifestazione sportiva "58° Giro Ciclistico FVG Under 23"
- Friuli doc 2022
- Sfilata di moda "Udine fashion night"
- Lo sbaracco 2022
- Maratonina di Udine
- 46a sagra delle patate di Godia
- Ein prosit
- 24a staffetta 24x1 ora Telethon 2022
- Iniziative di Natale e Capodanno

#### **Obiettivo operativo 2.2.3: Promozione della città in chiave turistica con particolare attenzione all'area del nord est e della Mitteleuropa**

Coerenza con le opportunità della programmazione europea: Interreg (Fit4Co), Europa Creativa, Urbact IV

##### **Attività svolta:**

In occasione di Friuli Doc nel 2022 è stato attivato un articolato piano media di comunicazione che, da luglio a inizio settembre, ha coinvolto diversi canali di comunicazione in grado di coprire ampiamente tutto il Friuli Venezia Giulia, oltre alle regioni e nazioni confinanti. È stata infatti attivata una campagna stampa di comunicazione con i quotidiani del gruppo Gedi, coprendo le aree di parte

della Toscana, Liguria, Lombardia, Emilia, Veneto e Friuli Venezia Giulia, e con la principale testata della Carinzia “Kleine Zeitung” con 2 uscite tabellari ed un publiredazionale.

Sono stati poi utilizzati i classici e molto efficaci striscioni stradali nei capoluoghi di provincia del Friuli oltre alla città di Treviso, ed è stata anche fatta pubblicità della kermesse enogastronomica sui *ledwall* delle stazioni ferroviarie di parecchie province del vicino Veneto e del Friuli.

Su Lignano e Tricesimo, in punti ad alta visibilità e traffico, sono stati prenotati 2 maxischermi, inoltre la rivista Italo dell’omonimo treno ha riportato per tutto agosto l’immagine della manifestazione su 850.000 copie.

Si è poi svolta attività di comunicazione attraverso spot pubblicitari e servizi ad hoc e interviste, con le principali radio e TV locali (Telefriuli, UdineseTV, Radio Gioconda, Vivaradio), con diffusione per alcune nella fascia transfrontaliera di Austria e Slovenia (RadioPuntoZero).

#### [\*\*Obiettivo operativo 2.2.4: Revisione ed implementazione del piano di comunicazione e marketing a supporto degli eventi legati al Turismo, Cultura e Sport\*\*](#)

##### **Attività svolta:**

Nel 2022 si è provveduto a rifare ex-novo il sito di Friuli Doc con una nuova interfaccia grafica ed una più attuale e moderna fruibilità delle informazioni sulla manifestazione.

I Social sono stati gestiti quest’anno direttamente dall’agenzia di comunicazione con gli accessi diretti, ottenendo notevoli benefici in termini di quantità di post e di velocità di pubblicazione.

Quest’anno è stata sperimentata anche una nuova modalità di comunicazione sui contenuti turistici della città di Udine, utilizzando dei podcast che parlavano della città di Udine e delle sue principali attrattive attraverso la lettura di un QR code