

## Missione 07: TURISMO

### SPESE CORRENTI MISSIONE 7 PER PROGRAMMA E MACROAGGREGATO

		Impegni 2021
<b>Programma 1 - Sviluppo e valorizzazione del turismo</b>		
<b>TITOLO 1 - SPESE CORRENTI</b>		
Macroaggregato 1 - Redditi da lavoro dipendente		215.481,16
Macroaggregato 2 - Imposte e tasse a carico dell'ente		13.422,01
Macroaggregato 3 - Acquisto di beni e servizi		900.550,10
Macroaggregato 4 - Trasferimenti correnti		43.593,95
<b>Totale SPESE CORRENTI</b>		<b>1.173.047,22</b>
<b>Totale Missione spese correnti</b>		<b>1.173.047,22</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 nel 2021:

Da febbraio ad aprile 2021 sono stati organizzati dei tavoli di lavoro con i principali soggetti e stakeholder tra cui Promoturismo, Confcommercio, Confesercenti, Confartigianato, per l'organizzazione di un programma condiviso di promozione della Mostra di Casa Cavazzini "La forma dell'infinito". L'obiettivo è quello di costruire un "sistema" articolato che attraverso le competenze e la forza di ciascun soggetto possa dare vigore alla promozione della mostra internazionale e dell'intera città di Udine, alimentando flussi turistici sempre maggiori e interessati alla nostra città.

Relativamente allo studio di fattibilità dei servizi online collegati al tema Turismo, l'attività non è più prevista.

## 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 nel 2021:

Per l'organizzazione della Grande Mostra di Casa Cavazzini è stata svolta attività di coordinamento con i vari interlocutori istituzionali tra i quali Promoturismo, Confcommercio e Confartigianato.

Si è provveduto ad effettuare attività di ricerca sponsor e accordi di partnership.

È stato realizzato il coordinamento con i grafici dell'Associazione per perfezionamento comunicazione.

Si è affidata la promozione radiofonica ad emittenti locali, mentre ne verranno fatti altri su alcuni strumenti di comunicazione come stampa depliant.

È stato fornito supporto all'evento “Border Wine”, tenutosi a fine luglio, realizzando in particolare il comunicato stampa per la promozione di tale manifestazione.

## 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 nel 2021:

Attraverso il piano di comunicazione realizzato per Friuli Doc 2021, si è passati da un messaggio dove prevaleva la grafica ad un messaggio di forte impatto e chiarezza – la foto di un tappo personalizzato Friuli Doc – che indica l'intenzione precisa di andare oltre i soliti ambiti per lanciare un richiamo forte ad un turismo qualificato e proveniente anche da distanze significative.

Con la campagna di Friuli Doc 2021, evento che si è svolto dal 9 al 12 settembre, si è puntato a rafforzare l'identità di Udine come capitale di una delle zone maggiormente vocate ai grandi vini e quella della manifestazione come punto d'incontro di un turismo che legge nella cultura del vino e del cibo una molla di crescente interesse e attrazione.

Tutto questo sostenuto e supportato da una campagna media pianificata che si è appoggiata ad importanti quotidiani anche di interesse nazionale, al principale quotidiano della Carinzia e della Stiria, ai social media e partnership con radio locali.

## Obiettivo operativo 2.2.4: Revisione ed implementazione del piano di comunicazione e marketing a supporto degli eventi legati al Turismo, Culturale Sport

### Attività svolta nel 2021:

Al fine di implementare un Piano di Comunicazione e Marketing più efficace e di maggiore impatto, da giugno 2021 l'ufficio Turismo e Grandi eventi si avvale della collaborazione di un'agenzia specializzata di comunicazione e marketing.