

Missione 07: TURISMO

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 da svolgere nel 2021:

Saranno coinvolti i vari soggetti e stakeholder al fine di creare sinergie ed implementare le proposte e gli eventi in città che possano fungere da richiamo turistico.

Realizzazione di uno studio di fattibilità dei servizi online collegati al tema Turismo e cultura e delle linee guida per la pianificazione e organizzazione dei grandi eventi considerando tutti gli aspetti: sicurezza, mobilità, energia, per individuare nuove strategie sostenibili volte alla riduzione degli impatti.

Attività svolta al 31/07:

Da febbraio ad aprile 2021 sono stati organizzati dei tavoli di lavoro con i principali soggetti e stakeholder tra cui Promoturismo, Confindustria, 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 da svolgere nel 2021:

L'organizzazione della grande mostra di Casa Cavazzini "La forma dell'infinito" rilancerà il "sistema museale" della città in un contesto nazionale ed internazionale e sarà un sicuro richiamo per migliaia di visitatori che potranno immergersi tra notevoli opere firmate da importanti artisti.

Tra gli appuntamenti che si terranno nel 2021 ci saranno il Congresso nazionale dei giovani dotti commercialisti ed esperti contabili, che vedrà la presenza in città di un gran numero di giovani professionisti e la Notte bianca dei bambini, format che ha l'obiettivo di coinvolgere e stimolare la partecipazione dei bambini attraverso una serie di proposte culturali e artistiche dedicate ai più piccoli. Questa sarà l'edizione zero di una manifestazione che troverà la sua piena realizzazione nel 2022.

Nel corso dell'anno troverà spazio anche "Border Wine", progetto transfrontaliero di marketing turistico che coinvolge produttori di vino biologico e di prodotti agroalimentari a km 0, presidi Slowfood e chef regionali, nazionali e internazionali.

Anche nel 2021 non mancheranno gli eventi consolidati come Friuli Doc, che erediterà dal 2020 il format che lo ha reso ordinato, elegante e sicuro, Ein Prosit, kermesse enogastronomica di sicuro richiamo per tutti gli appassionati del settore e vero e proprio palcoscenico di suggestioni e gusti, La Notte Bianca e Udine sotto le stelle.

Il Natale e il concerto dell'ultimo dell'anno saranno gli eventi che concluderanno l'anno.

Attività svolta al 31/07:

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 da svolgere nel 2021:

Andranno recuperati i contatti con l'area del nord-est italiano (Veneto, Lombardia e Trentino Alto Adige) e della Mitteleuropa, promuovendo nell'edizione 2021 di Friuli Doc e di Ein Prosit proprio le presenze straniere che sono venute a mancare nel 2020 a causa dell'emergenza causata dall'epidemia.

Attività svolta al 31/07:

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, Cultura e Sport

Attività da svolgere nel 2021:

Il Piano di Comunicazione e Marketing riguardante i principali eventi legati alle iniziative di Turismo, Cultura e Sport, verrà rivisto ed implementato utilizzando, le più moderne leve di comunicazione digitali.

L'azione coordinata e sinergica di un nuovo Piano di Comunicazione integrato, che sostenga tutti gli eventi turistici, culturali e sportivi della città, porterà effetti positivi sui flussi turistici e sulla maggior conoscibilità e fruibilità delle varie iniziative che andranno ad arricchire il piano Marketing territoriale degli eventi.

L'obiettivo da perseguire già dal 2021 sarà quello di trovare maggiori elementi emozionali nei confronti del pubblico che legge la nostra comunicazione, per raggiungere un livello di empatia finalizzato ad instaurare un rapporto di reciproca fiducia con il cittadino.

Anche l'analisi dei feedback del cittadino tramite ad esempio i canali social potrebbe divenire un importante strumento di dialogo e partecipazione del cittadino all'impostazione di eventi e migliorie per l'anno successivo.

Sarà necessario, quindi, realizzare un piano di comunicazione efficace e adatto ai tempi e ripensare alle strategie di comunicazione attraverso l'affidamento e coinvolgimento di competenze tecniche della comunicazione digitale.

Le principali leve e strumenti di comunicazione su cui intervenire saranno:

- il sito web istituzionale, con una grafica più accattivante e moderna, costantemente aggiornato con informazioni utili al cittadino e alle famiglie;
- una maggiore integrazione e presenza di tutte le info e attività delle aree Turismo, Cultura e Sport, nell'home page del sito istituzionale o attraverso un link ad una piattaforma che si occupa di tutte le attività e informazioni maggiormente "ludiche" destinate sia ai cittadini che ai turisti che desiderano avere delle informazioni rapide "a portata di mano" sulla città e dintorni;

- implementazione dei più diffusi e seguiti canali social, utilizzo di newsletter, in modo da instaurare un canale diretto, veloce e trasparente, di “domanda-risposta” con il cittadino che vuole interagire più velocemente con l’amministrazione, con un coinvolgimento generale di tutti gli uffici per le risposte, ma sotto una regia unica di comunicazione.
- un maggior coordinamento con il portale di Promoturismo FVG per una gestione organica ed efficace dei contenuti da comunicare in special modo in ambito turistico.

Dovrà essere fatta una mappatura degli attuali portali web esistenti e canali social attualmente gestiti dal Comune di Udine, con l’obiettivo di ottimizzare l’intera comunicazione istituzionale definendo una regia unica.

Dopo un’opportuna analisi e studio di siti web di comuni simili, verrà svolta un’analisi costi/benefici con relativi plus e minus. Implementazione e stesura di Piano di Comunicazione e Marketing che comunichi tutti gli eventi principali del 2021.

Attività svolta al 31/07:

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.