

RAPORT DE ACTIVITATE 2018

CUPRINS

FLUXURILE TURISTICE

MATERIALE ȘI CAMPANII TURISTICE DE PROMOVARE

1. Târguri de Turism
2. Campanii de promovare a destinației
3. Evenimente de prezentare

DEFINIREA UNUI BRAND DE ORAS

VISIT ORADEA – CIFRE ONLINE

EVENIMENTE

PREZENTARE APTOR

Asociația pentru promovarea Turismului din Oradea și regiune, este organizația de management a destinației, realizată pe baza unui parteneriat public privat între autoritatea locală din Oradea și cei mai importanți actori turistici din Oradea și Băile Felix. Cu un număr de 7 membri, dintre care 4, actori economici de turism privați (Hotelurile Ramada Oradea, Double Tree by Hilton Oradea, Lotus Center, Group President Băile Felix), asociația are ca principal scop realizarea și implementarea politicii de dezvoltare turistică a destinației, gestionarea concertată a acțiunilor, componentelor și politicilor turistice locale, a destinației turistice, Oradea. Structura este de asemenea responsabilă cu realizării politicii de marketing, planurilor de dezvoltare turistică, unei agende de evenimente relevante, în scopul dezvoltării și valorificării potențialului turistic al destinației, prin coalizarea organizațiilor și a factorilor interesați în scopul stimulării și sprijinirii dezvoltării locale, regionale și naționale prin creșterea fluxurilor și activității turistice, ținând cont de principiile turismului durabil.

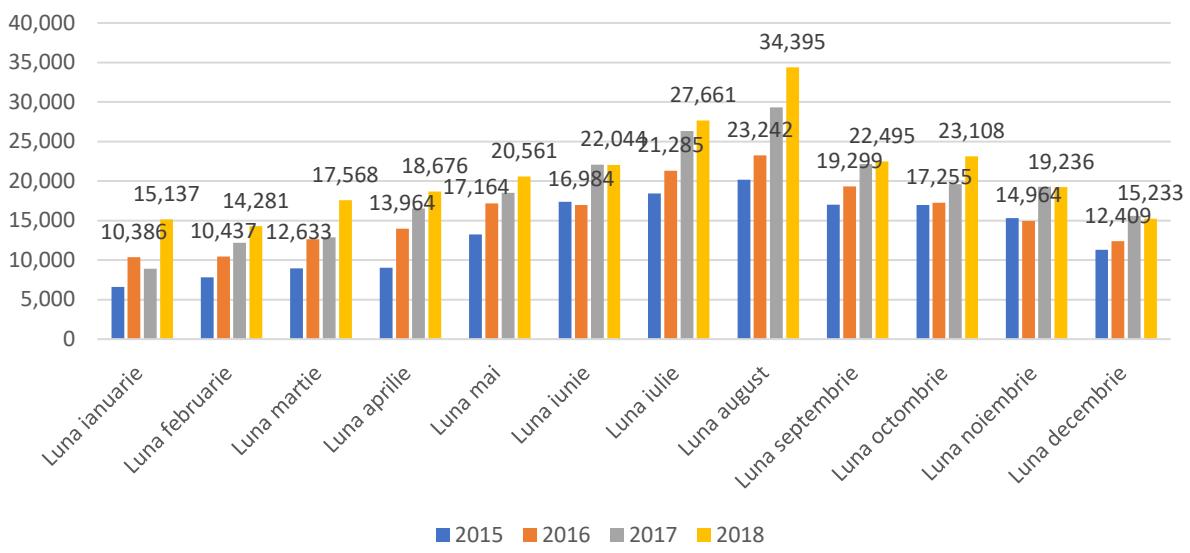
1. FLUXURI TURISTICE

2018 a fost din nou un an de creștere a numărului de turisti la nivelul destinației Oradea. Creșterea raportată la 2017 nu este spectaculoasă fiind doar de 12%. Acest fapt se datorează în cea mai mare parte scăderii accesibilității destinației prin zboruri externe și o frecvență mai bună pe zborurile interne. Numărul de turiști din 2018 față de cel din 2015 este mai mare cu 54%, o creștere considerabilă dar absolut obligatorie pentru un oraș cu patrimoniul de aici și cu ritmul de investiții în turism din Oradea.

Oradea este o destinație turistică în creștere care s-a impus în ultimii ani ca o destinație turistică de calitate și deja mai notorie decât Băile Felix, stațiune care cu puțini ani în urmă era mult mai cunoscută și cu un flux turistic mai important decât Oradea. Investițiile din ultimii 10 ani campaniile de promovare din ultimii 5 ani sunt principalele motoare care au dus la creșterea numărului de turiști din Oradea.

Raportat la alte destinații importante din România, Oradea mai are pași importanți de făcut pentru a ajunge în top 5 destinații turistice din România, raportat la numărul de vizitatori. După capitală, Brașovul are cel mai mare număr de turiști în 2018, cu o cifra de peste 623.434, Cluj-Napoca 447.320, Sibiu 370.165, Timișoara 293.548, Constanța 563.067. În cazul orașului brașov și Constanța vorbim de orașe care au în administrare stațiuni turistice importante cum este Poiana Brașov și Mamaia. În situația în care stațiunile Băile Felix și Băile 1 Mai ar fi alipite destinației Oradea, numărul total al turiștilor din Oradea ar fi de 461.210. Evident că această simplă modificare administrativă nu e suficientă, calitatea ofertei trebuie mult îmbunătățită în cazul celor două stațiuni. În continuare originea turiștilor este dominată de români. Institutul Național de Statistică nu oferă o defalcare clară cu privire la originea turiștilor ajuși în Oradea.

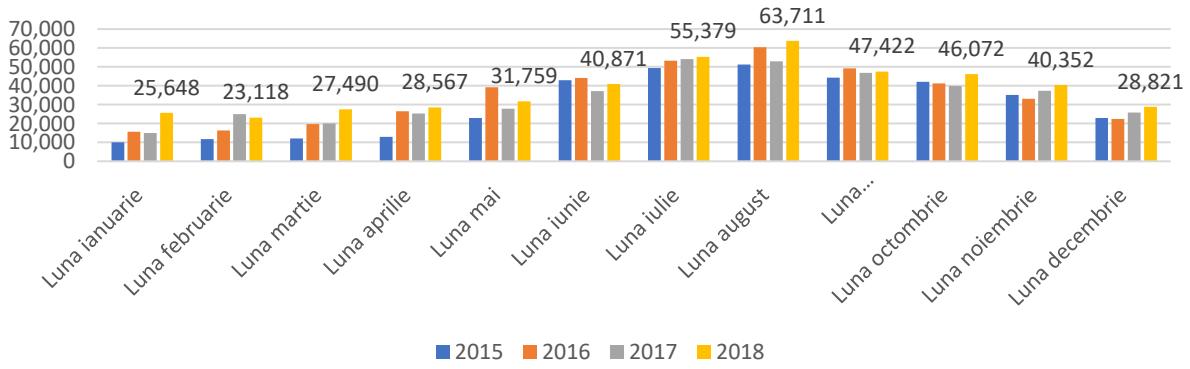
Numărul de turiști

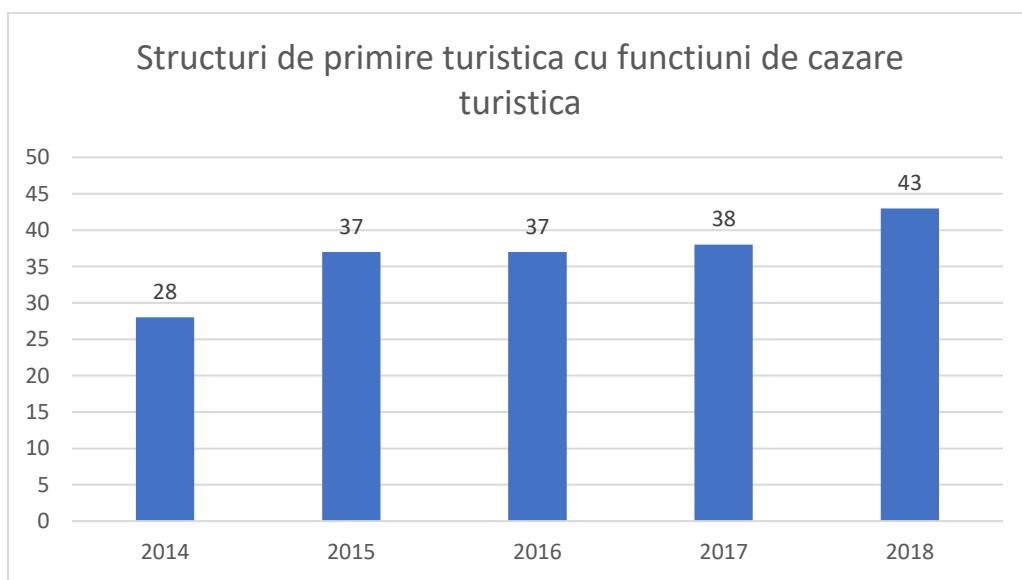
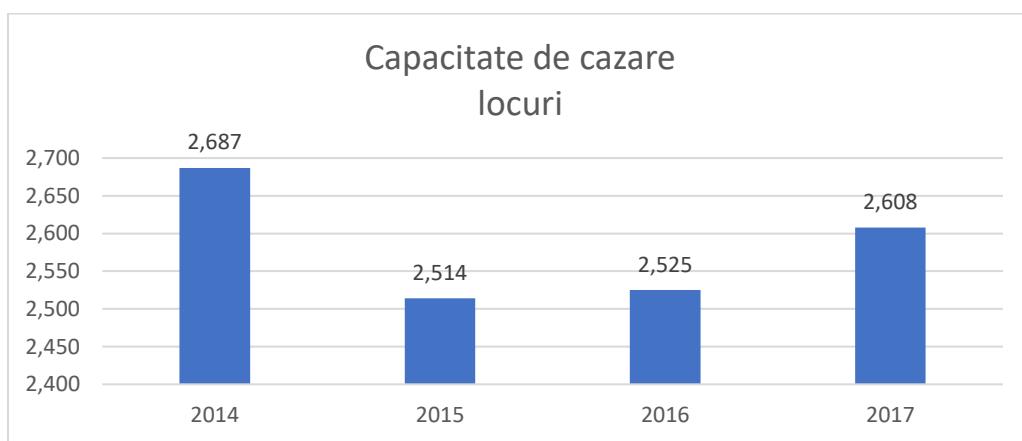
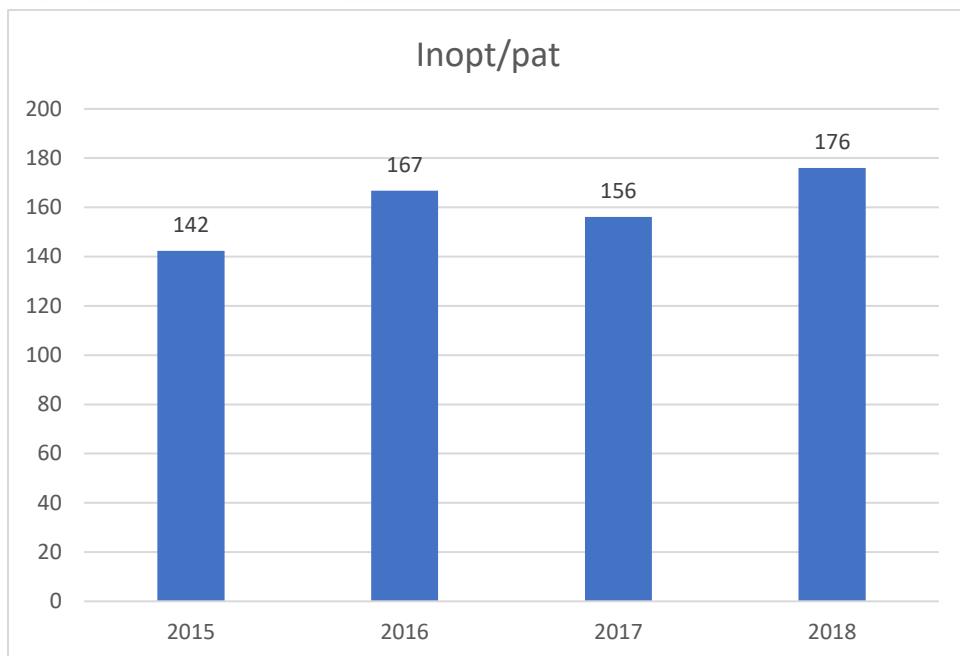


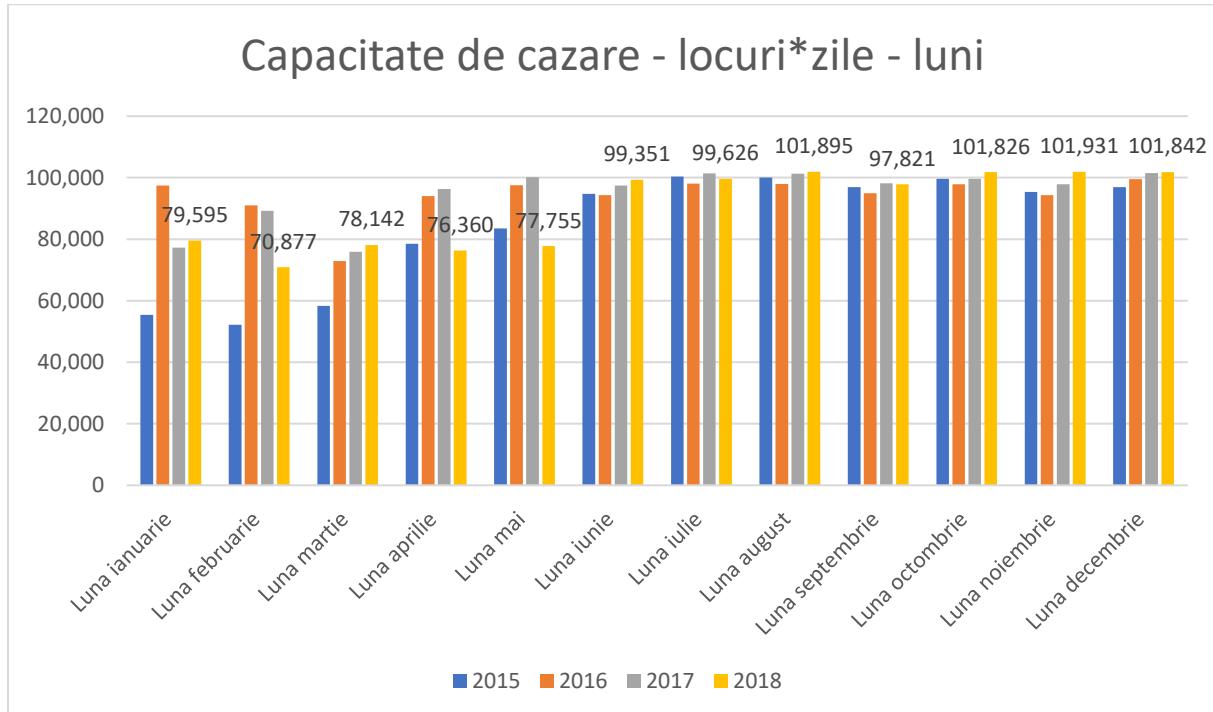
Unul din indicatorii importanți este gradul de ocupare care în ultimii ani a crescut. În 2018 gradul de ocupare a fost de 48%, mai exact 176 de zile din 365. Indicatorul este unul în creștere dar care este obligatoriu să mai crească. O conectivitate bună a orașului la nivel de aeroport, zboruri naționale și internaționale low cost cumulate cu o frecvență foarte buna pe ruta București constituie elementul principal al creșterii gradului de ocupare. O altă componentă importantă sunt investițiile autorității locale în crearea de noi atracții turistice și de crearea a unor noi produse turistice, responsabilitate ce revine organizației de management al destinației.

Capacitatea de cazare a destinației nu a avut creșteri semnificative și din 2015 începând numărul locurilor de cazare din Oradea, confirm INS fiind în 2018 de 2608. În ceea ce privește acest indicator masurile luate în calcul pe un orizont mediu de timp este de a-l menține, urmand ca în momentul în care gradul de ocupare depășește 60% destinația să facă eforturi pentru a crește numărul de locuri de cazare. În realitate acestea au crescut în ultimii doi ani, dar au crescut în zona apartamentelor în regim hotelier (Booking, air b&b, etc.). Pentru a avea o imagine cât mai clară asupra destinației acestea ar trebui să fie clasificate și introduse în circuitul de evidență oficial.

Înopticări ale turiștilor în Oradea







Indicatorii turistici sunt în creștere față de 2017, dar cu o intensitate mai mică, una din cele mai impor

MATERIALE ȘI CAMPANII TURISTICE DE PROMOVARE

1. Târguri de Turism

Târgurile de Turism naționale și internaționale reprezintă unul dintre cele mai importante moduri de promovare a destinației Oradea-Băile Felix. Anual participarea la aceste expoziții face cunoscută oferta turistică a orașului către posibili turiști și agenții de turism, jurnaliști, etc. Oradea este prezentă la aceste expoziții începând cu anul 2015.

Activitatea din 2018 s-a concentrat pe următoarele târguri de turism naționale și internaționale:

1.1. Viena- Ferien Messe- cel mai mare și mai important eveniment de profil din Austria.

650 de vizitatori unici la desk

400 de materiale de promovare împărțite



1.2. BORSA INTERNATIONALE DEL TURISMO (BIT), Milano- eveniment de turism internațional cu o tradiție de peste 37 de ani.

400 vizitatori unici la desk

300 de materiale cu Oradea împărtășite



1.3. Târgul de Turism al României la București

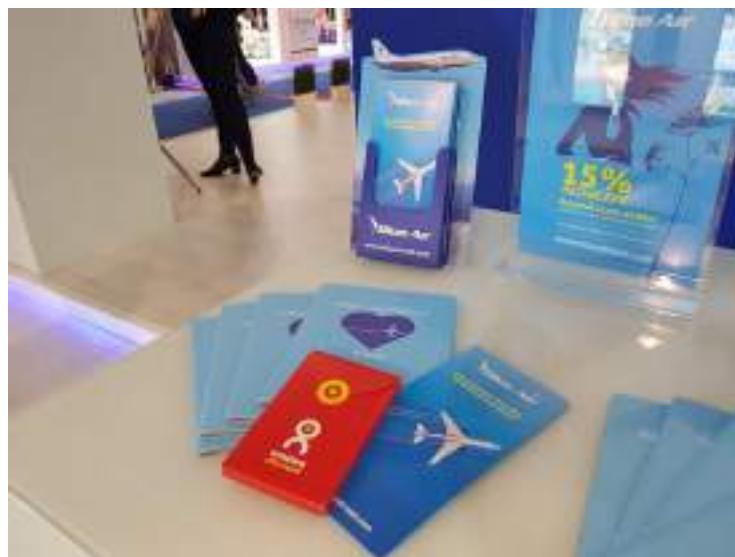
2000 de vizitatori unici la desk

3000 de materiale cu Oradea împărtășite

15 întâlniri cu agenții de turism

stand propriu- 50 mp





1.4. „Utazas - International Tourism Exhibition"- Budapesta- cel mai mare și mai important eveniment de profil din Ungaria.

1300 de vizitatori unici la desk
2500 de materiale cu Oradea împărțite
10 întâlniri cu agenții de turism





2. TOUR&TRAVEL WARSAW, POLONIA

500 de vizitatori unici la desk
350 de materiale împărtite
10 întâlniri cu specialiști



3. Târgul de Turism Debrecen

1500 de vizitatori unici la desk
700 de materiale împărtite
20 întâlniri cu specialiști



Prin parteneriatul cu Centrul National de Informare turistica din Oradea, destinația a fost reprezentată prin materiale și promovare la târgurile naționale din Cluj-Napoca, Iași, Timișoara.

2. CAMPANII DE PROMOVARE A DESTINAȚIEI

O altă metodă de promovare eficientă, pe lângă participarea la târgurile internaționale de turism, este realizarea unor campanii publicitare naționale de promovare a destinației sau campanii care vizează un anumit oraș în parteneriat cu un operator care are zboruri pe aeroportul din Oradea. Atât în 2017 cât și în 2018, am derulat o serie de activități de promovare în parteneriat cu Blue Air cu urmatoarele coordonate:

Obiective:

1. Cresterea frecvențelor operate de Blue Air pe ruta Bucuresti-Oradea-Bucuresti, începând cu orarul de vară 2018, astfel:
 - Luni, miercuri și vineri: 2 zboruri / zi (dimineață și seara)
 - Duminica: 1 zbor / zi (seara)
2. Promovarea destinației Oradea, cu focus pe descoperirea noii infășări a orașului și a oportunităților de vacanță oferite de acesta.
3. Plasarea orașului Oradea în top 3 destinații de vacanță din România.

Obiective

- Creșterea frecvențelor operației de Blue Air pe ruta București-Oradea-București, începând cu luna de vară 2016, astfel:
 - Luni, miercuri și vineri: 2 zboruri / zi (dimineață și seara)
 - Duminică: 1 zbor / zi (seara)
- Promovarea destinației Oradea, cu focus pe descoperirea noului înfățișare a orașului și a oportunităților de vacanță oferite de acesta.
- Plasarea orașului Oradea în top 3 destinații de vacanță din România.

Target

Target principal	Target secundar	
Locuitorii orașului București	Oradea + locuitorii din orașele vecinătate și satul	
18-49+	18-49+	Debituri
social media/medie/peisaj rural	social media/medie/peisaj rural	Social Media
studiu rezidu al populației	studiu rezidu al populației	

Medii de promovare:



Noiembrie 2017

Acțiuni propuse:

Social Media

- Campanie Facebook Ongoing
- Campanie Facebook Recurring (bi-zilnic)

Period: 1-30.11.2017
Budget: 1071 lei

Resultate:

- Converși: 1012
- Reach: 31924
- Engagement: 1312

Period: 1-30.11.2017
Budget: 1071 lei

Resultate:

- Converși: 1012
- Reach: 31924
- Engagement: 1312

Period: 1-30.11.2017
Budget: 0 lei (postare organică)

Resultate:

- Reach: 4437
- Engagement: 125

Period: 9-10.11.2017
Budget: 0 lei (postare organică)

Resultate:

- Reach: 4437
- Engagement: 125



Decembrie 2017

Acțiuni propuse:

Social Media

- Campanie Facebook Ongoing
- Concurs "Targul de Craciun"

Period: 1-31.12.2017
Budget: 1301.94 lei

Resultate:

- Converși: 503
- Reach: 24.446
- Engagement: 760

Period: 1-31.12.2017
Budget: 1301.94 lei

Resultate:

- Converși: 503
- Reach: 24.446
- Engagement: 760

Period: 13-17.12.2017
Budget: 19.69.4 lei

Breakdown Budget:

- 880 lei – cizme
- 1109.4 lei – bilete de avion

Premiu: 2 bilete de avion + călătorie în perioada 24-27 decembrie

Resultate:

- Reach: 7800
- Click & Action: 469

Period: 13-17.12.2017

Budget: 19.69.4 lei

Breakdown Budget:

880 lei – cizme

1109.4 lei – bilete de avion



Janvier 2018

Actioni propuse:

Social Media

- Campanie Facebook Ongoing
- Campanie Facebook Recurring (organic)



Ongoing

Perioada: 1 - 31.01.2018
Budjet: 1302.36 lei

Rezultate:

- + Conversii: 485
- + Reach: 316.017
- + Engagement: 1.278



Recurring

Perioada: 19-20.01.2018
Budjet: 0 lei (postare organică)

Rezultate:

- + Reach: 12.993
- + Click & Action: 473

Fevruiar 2018

Actioni propuse:

Social Media

- Campanie Facebook Ongoing
- Campanie Facebook Recurring (paid) - concurs



Ongoing

Perioada: 1 - 28.02.2018
Budjet: 1109.27 lei

Rezultate:

- + Conversii: 297
- + Reach: 42.944
- + Engagement: 1.087



Recurring

Perioada: 13-14.02.2018
Budjet: 110.918 lei

Premiu concurs: fotografie cu cea mai frumoasă căsătorie în aer liber

Rezultate:

- + Reach: 1.0907
- + Click & Action: 410



Martie 2018

Actioni propuse:

Social Media

- Campanie Facebook Ongoing
- Campanie Facebook Recurring (organic)
- Campanie Facebook Sezonier (organic)
- + Concurs Pantofi



Ongoing



Perioada: 1 - 23.03.2018
Budjet: 1.106.84 lei

Rezultate:

- + Conversii: 373
- + Reach: 43.603
- + Engagement: 1.022

Marie 2018

Baza de date

• Cea de-a treia zi în Piatra Neamț după 10 ani!

Vizită la Teatrul din Piatra Neamț
Evenimente, în Piatra Neamț și Oradea, însoțită de o explicație detaliată a unei piese teatrale, care îl poate aduce pe vizitator să înțeleagă ceea ce este în scenă.

10 ani în Piatra Neamț! Teatrul în aer liber și în aer liber, într-o atmosferă plină de muzică și dansuri.

Atât numărul vizitatorilor, cât și numărul de interacțiuni sunt în creștere.

• 4.160 persoane vizitate

[Revenire](#)

Perioada: 6-7.05.2018**Budjet: 0 lei (postare organică)****Răsărită:**

- Reach: 8082
- Click & Action: 92

Baza de date

• Evenimente speciale cu 10 ani de la înființare.

Evenimente, 10 ani de la înființare și debutul noastră profesional și personal în lumea teatrului, într-o atmosferă plină de muzică și dansuri.

10 ani în Piatra Neamț! Teatrul în aer liber și în aer liber, într-o atmosferă plină de muzică și dansuri.

Atât numărul vizitatorilor, cât și numărul de interacțiuni sunt în creștere.

• 1.344 persoane vizitate

[Revenire](#)

Perioada: 1-7.05.2018**Budjet: 0 lei (postare organică)****Răsărită:**

- Reach: 1.344
- Click & Action: 83

Marie 2018

Baza de date

• Concursuri

Concursuri de fotografie și video realizate de către turiști și locuitori.

Concursuri de fotografie și video realizate de către turiști și locuitori.

Concursuri de fotografie și video realizate de către turiști și locuitori.

Concursuri de fotografie și video realizate de către turiști și locuitori.

Concursuri de fotografie și video realizate de către turiști și locuitori.

• Concursuri

[Revenire](#)

Perioada: 9-15.05.2018**Budjet: 5101,29 lei****Breakdown budjet:**

1109,2 lei - bilete de avion
343,59 lei - campanie Facebook
1640,5 lei - cazare

Premiu: 2 bilete de avion + cazare în perioada 6-11 aprilie 2018**Răsărită:**

- Reach: 36623
- Click & Action: 2501

[Concurs Photo](#)

Aprilie 2018

Achiziții propuse:**Social Media:**

- Campanie Facebook Ongoing
- Concurs Old vs. New

Inbound:

- Food Court screens – Promenada Mall

Baza de date

• Încheierea concursului "Concurs Old vs. New" și lansarea concursului "Dacă în Capitală Aflăm ce".

• Dacă în Capitală Aflăm ce

[Revenire](#)

Perioada: 1-30.04.2018**Budjet: 1100,45 lei****Răsărită:**

- Univerși: 675
- Rezultat: 40927
- Engagement: 1328

[Înșcriere](#)

Baza de date

• Încheierea concursului "Concurs Old vs. New" și lansarea concursului "Dacă în Capitală Aflăm ce".

Dacă în Capitală Aflăm ce

• Dacă în Capitală Aflăm ce

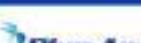
[Revenire](#)

Perioada: 9-25.04.2018**Budjet: 1927,54 lei**

• Breakdown budjet:
821,1 lei - campanie Facebook
1206,44 lei - bilete de avion

Premiu: 2 bilete de avion**Răsărită:**

- Reach: 37196
- Click & Action: 3704

[Concurs OLD vs NEW](#)

Food Court screens - Promenada Mall

Perioada: 3-16.04.2018

Buget: 2038,28 lei



Mai 2018

Acțiuni propuse:

Social Media

- + Campanie Facebook Ongoing
- + Campanie Facebook Recurring (organic)

Outdoor

- + Aeroportul Otopeni
- + Bulevardul Magherău



Outdoor Aeroportul Otopeni



Outdoor Magherău



Mai 2018

Blue Air

Recomandări: 0

Necesită un cont de Facebook și poți să postezi pe poza achiziționată sau creați un nou post din cadrul imaginii următoare:

Blue Hanseatic

Detalii suplimentare despre acest obiect

Deosebit de frumos!

Este în stare de nevoie de restaurare, chiar peste 1000 de ani.

Perioada: 3 - 31.05.2018
Buget: 1109,85 lei

Rezultate:

- Cuvinte: 554
- Reach: 54145
- Engagement: 568

Blue Air

Recomandări: 0 / 1000

Cineva a postat o foto cu orașul său din Europa, unde se poate vizua un monument istoric în stil gotic. Poate că este în Italia?

Fotografia este într-o stare de conservare foarte bună și poate fi vizuată pe site-ul nostru.

Salut Hanseatic!

Este în stare de nevoie de restaurare, chiar peste 1000 de ani.

În următorul post vom publica o imagine similară.

Aut. Blue Air - Comunitatea sajă din Oradea

Blue Hanseatic este în stare de restaurare, chiar peste 1000 de ani.

• 10 comentarii • 0 împărțiri • 0 încărcări

• 0 like • 0 comentarii • 0 împărțiri

Perioada: 12-13.05.2018
Buget: 0 lei

- + Reach: 12819
- + Click & Action: 2723

Ongoing

Recurring



Iunie 2018



Atrium flag Mega Mall

Blue Air

DATE

Iunie 2018

Blue Air
Scoala de vacanta

Învață învățatul pe străzile închinate denumirii din Graudea! Cetățean curios, pasionat de istorie și arhitectură și nu numai! Împreună cu noi, înveți să învățești vacanța!

Relaxarea începe la Graudea

Învață în Vîlă într-o vacanță Blue Air!

Perioada: 3 - 31.07.2018
Budget: 1107,36 lei
Rezultate:

- Clicks: 4885
- Reach: 65873
- Engagement: 202

Blue Air
Povestea orașului Graudea

Cum se face să o țara să devină destinație de vacanță? În Graudea unde învățați să facem asta? Vezi în videoclip cum învață să devină destinație de vacanță în Graudea și să devină locul unde să se joace și să se joace în următorii 10 ani!

Graudea Graudea - înălță Graudea

Get more likes, comments and shares!
Blue Air este în top 100 cele mai active 1000 de branduri din lume.

Perioada: 5-6.07.2018
Budget: 0 lei (organic)

- Reach: 32554
- Click & Actions: 6132

Ongoing

Recording

Blue Air

DATE

Iunie 2018

Blue Air
Învăță în Graudea și înălță Graudea!

Învață în Graudea și înălță Graudea! Învață în Graudea și înălță Graudea! Învață în Graudea și înălță Graudea! Învață în Graudea și înălță Graudea! Învață în Graudea și înălță Graudea! Învață în Graudea și înălță Graudea!

Povestea orașului - înălță Graudea

Învață în Graudea și înălță Graudea!

Perioada: 15 - 21.06.2018
Budget: 221,31 lei
Rezultate:

- Click & actions: 22582
- Reach: 42996



Outdoor - Aeroportul Otopeni

Susținut

Blue Air

DATE

Ongoing

Periodică: 1 - 31.08.2018
Budget: 110,087 lei
Răsunătoare:

- Converzii: 267
- Reach: 62,704
- Engajament: 457

Recurring

Periodică: 11 - 12.08.2018
Budget: 110,823 lei
Răsunătoare:

- Reach: 20854
- Click & Action: 14898



Deși cu un contract de promovare în derulare, Compania a decis în Octombrie să sistese zborurile interne pe aeroportul din Oradea. Deși nu am fost anunțați, văzând articolele de presă care anunțau aceasta decizie, pe data de 5 Octombrie am notificat printr-un e-mail compania, pentru a confirma sau infirma acestă măsură. Având confirmarea am decis să sistăm contractul și să solicităm clarificări cu privire la motivele pentru care s-a luat decizia sistării zborurilor. Până la momentul realizării aceluiași raport, nu am primit un răspuns cu privire la sistarea contractului. Deoarece încă operatorul nu a venit cu o propunere de închidere a acestui contract, ultima factură aferentă activităților din luna Septembrie nu a fost achitată.

Promovarea destinației prin întâlniri directe cu operatorii de turism este una din cele mai eficiente metode de promovare. În Octombrie Visit Oradea a organizat un eveniment de promovare cu titlul „Oradea the Art in Travel & Business” la Athene Palace Hilton București cu peste 35 de agentii de turism cărora le-a fost prezentată destinația la un an distanță de la ultima prezentare. Evenimentul a avut ca și principal scop prezentarea destinației și a proiectelor noi sau finalizează.

La eveniment au participat peste 80 de persoane printre care influenceri, bloggeri și jurnaliști de turism.





VISIT GRADEA



VISIT GRADEA



VISIT GRADEA

DEFINIREA UNUI BRAND DE ORAS

În 2018 APTOR a demarat un concurs național pentru definirea brandului de oraș. Oradea se află în plin proces de modernizare și dezvoltare și devine un oraș tot mai atractiv, mai placut de trăit și experimentat, atât pentru locuitorii săi cât și pentru turiști și investitori. Orașul face eforturi susținute și vizibile de îmbunătățire a infrastructurii, renovării obiectivelor istorice, construcției de facilități turistice, îmbunătățirii relației dintre administrație și cetățeni și de atragere a investitorilor. Scopul lansării concursului pentru realizarea logo-ului orașului este de a materializa aceste eforturi și planuri de viitor într-un însemn grafic care să transmită controlat percepții sau senzații despre Oradea.

„De fapt ce este logo-ul? Logo-ul este vârful de lance, este primul lucru pe care îl vezi și cu care asocii un brand, care la noi ar trebui să fie compus dintr-o poziționare strategică și o personalitate a brandului” - a explicat Mihai Jurca.

Concursul a fost demarat pe 9 februarie 2018, ora 11:00, și a durat până în 11 martie 2018, ora 11:00. La concurs au putut participa orice persoană fizică sau juridică, din România sau din străinătate, care a indeplinit cumulativ o serie de condiții, detaliate în regulamentul de concurs. Timp de 31 de zile, potențialii candidați au putut depune oferte, prin transmiterea acestora pe adresa de e-mail propuneri@brandoradea.ro, precum și prin transmiterea lor în format fizic prin curier rapid către Asociația pentru promovarea turismului din Oradea și regiune, la adresa strada Primăriei nr. 3, Oradea 410100, Bihor, persoana de contact fiind Mihai Jurca. Documentele s-au putut depune și la sediul asociației mai sus amintit, între orele 08:00 - 16:00.

Pentru a participa la concurs a fost nevoie de 3 documente: formular de înscriere, declarație pe proprie răspundere și propunerea grafică. Acestea au fost trimise prin e-mail și prin curier rapid sau puteau fi depuse la sediul APTOR. Câștigătorului, odată desemnat, urma să i se solicite documente suplimentare (dovada platii obligațiilor la bugetul local și de stat etc.). Detalii suplimentare legate de condiții au fost tot timpul disponibile pe www.brandoradea.ro. Regulamentul concursului lăua în considerare și situația în care nici una din propuneri nu este bună și nu se acordă premiu. Premiul pentru acest concurs era de 47.000 de lei brut.

Juriul a fost format din 7 persoane: un reprezentant al beneficiarului, un reprezentant al societății civile și un reprezentant al mass-media, ceilalți 4 membri fiind profesioniști și experți în design sau marketing. Juriul a analizat ofertele depuse în termen de 15 zile lucrătoare începând cu data de 12 martie. Datorita unui volum mare de propuneri acesta a fost extins cu încă maxim 15 zile lucrătoare.

„Scopul principal pentru care facem acest demers este de a crea dezvoltare în continuare, de a susține eforturile deja antrenate în dezvoltarea orașului. Rezultatele trebuie să se regăsească în trei planuri: finanțări, bunăstarea cetățenilor și imagine”

Dupa rezultatul nemultumitor al concursului am luat decizia de a discuta direct cu cele mai mari agenții de profil din Romania. Avand în vedere expertiza și experiența vastă în realizarea de branduri de succes, a fost aleasa compania Brandient pentru a demara procesul de realizare a brandului de oraș. Aceasta a fost realizat și prezentat pe data de 1 Decembrie 2018. Anexat prezentului raport, rezultatele detaliate ale procesului de realizare a brandului de oraș.

VISIT ORADEA CIFRE ONLINE

1. FACEBOOK

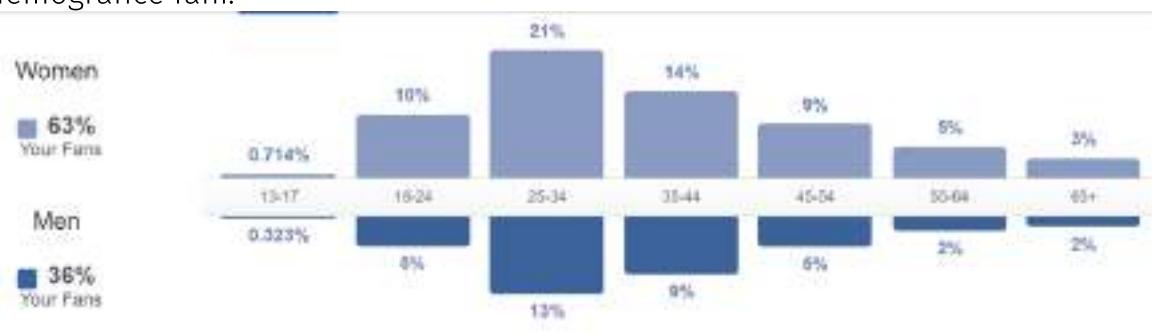
Fani pagină: 36.872

Vizualizări: 250.000/lună

Interacțiune: 80.000/lună (32%)

Vizualizări video: 80.000/lună

Date demografice fani:



Date geografice fani:

Country	Your Fans	City	Your Fans	Language	Your Fans
Romania	25,490	Oradea, Bihor County, Ro...	17,511	Romanian	24,020
United Kingdom	1,315	Bucharest, Romania	2,283	English (US)	4,091
Italy	1,148	Ciug-Hipodrom, Cluj Cou...	988	Hungarian	3,389
Germany	830	Timisoara, Timis County, Ro...	741	English (UK)	2,362
Hungary	810	Arad, Arad County, Ro...	455	Italian	766
United States of America	571	London, England	451	German	301
Spain	823	Belaus, Bihor County, Ro...	382	Spanish (Spain)	286
Austria	405	Satu Mare, Satu Mare ...	306	French (France)	242
France	355	Marghita, Bihor County, Ro...	302	Spanish	135
Belgium	248	Budapest, Hungary	300	Arabic	99
Iraq	189	Balanta, Bihor County, Ro...	292	Turkish	71
Ireland	140	Vienna, Austria	211	Hebrew	65
Netherlands	121	Bacau, Bacau County, Ro...	192	Greek	57
Moldova	120	Alesd, Bihor County, Ro...	173	Dutch	51
Canada	112	Constanta, Constanta ...	171	Portuguese (Portugal)	46
Greece	93	Iasi, Iasi County, Roma...	165	Polish	43
Switzerland	75	Zalau, Sibiu County, Ro...	100	Slovak	43
Turkey	73	Stel, Bihor County, Ro...	156	Portuguese (Brazil)	34
Sweden	68	Brașov, Brașov County, Ro...	155	Russian	31
Slovakia	68	Sighetu, Sibiu County, Ro...	113	Swedish	30
Portugal	64	Ploiești, Prahova Coun...	113	Czech	31
Denmark	62	Oradea, Galați County, Ro...	111	Japanese	10
Poland	59	Rome, Lazio, Italy	111	French (Canada)	10

2. YOUTUBE

Abonați: 606

Videoclipuri: 83

Vizualizări: 174.522

Date geografice abonați:

Top countries ▲

Views · Last 365 days



Date demografice abonați:

Gender ▲

Views · Last 365 days



Age ▲

Views · Last 365 days



3. INSTAGRAM

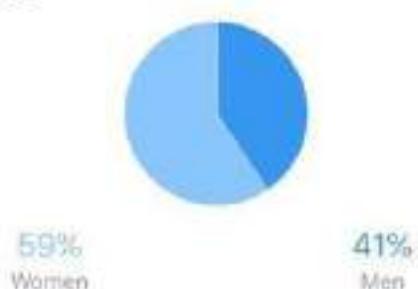
Urmăritori: 9.683

Postări: 784

Nr mediu de vizite/profil/7 zile: 1.200

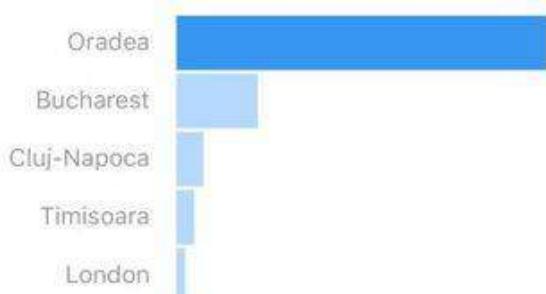
Date audientă:

Gender ⓘ



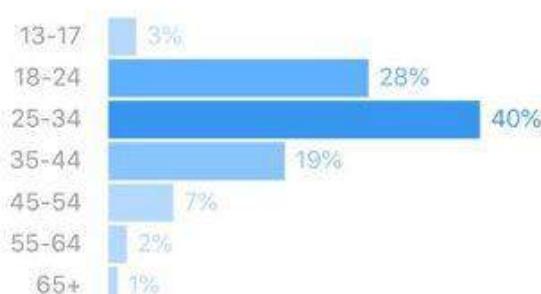
Top Locations ⓘ

Cities Countries



Age Range ⓘ

All Men Women



EVENIMENTE

În 2018 APTOR a organizat peste 40 de evenimente publice cu o audiență totală de peste 400.000 de participanți. Cele mai importante evenimente sunt prezentate mai jos. Detalieră acestora este prezentată în execuția de buget din 2018.

PROGRAM EVENIMENTE ORADEA 2018

MARTIE-APRILIE

AUGUST

MARTIE - APRILIE

Târgul de Paști

30.03 - 03.04 - Piața Unirii

Atracție majoră, Piața Unirii va deveni punctul de atracție mai dincolo de capătul, dar și împrejur, clădirilor despinse până în urmă de tradiționalul dincolo la ora actuală. Programul evenimentului va include o gamă variată de activități, de la expoziții și concerte populare, până la utilice de conștiință pentru cei mici.

Oradea Liberă

20.04 - Primăria Municipiului Oradea | Piața Unirii | Casa de Cultură a Sindicatelor

29 Aprilie 1918 este un istoric de referință în istoria Oradiei, și în multe temple condus de General Traian Moșoiu în cîmpul orașului, momentul învins al în comparație cu înfrângerea Marei națiuni în teritoriul deținut de la Maria Adormită. Nașterea de la Alba Iulia, la 1 decembrie 1918. Manifestările cu ocazia sărbătorii sunt organizate și vor include o expoziție dedicată cu ocazia sărbătorii.

Festum Varadinum



MAI

Târgul de Carte Gaudeamus

03.05 - 13.05 - Piața Unirii

În centrul de lemnuri și materiale misterioase de bănciște, peisaj și sunătoare, Târgul de Carte Gaudeamus va împinge în Piața Unirii secolul, pe lângă obiectele vechi, vînt de amplitudine și cîrma săracă. În aer liber, dar curățat și obosită, Gaudeamus va înfățișa cărti, arhive speciale și, mai slabe, vînturi de vînturi de vînturi de vînturi.

Street FOOD Festival

17.06 - 20.06 - Piața Unirii | Cetatea Oradea

Evenimentul va avea loc în săptămîna săptămîna 17-20 iunie, în Piața Unirii, în cadrul festivalului Street FOOD Festival Oradea care are loc, vîndăci, și obiectivele, într-o zonă centrală, chiar în fața Palatului de Justiție, unde se vor desfășura, în diferite spații următoare: Târgul de Carte, de muzică, concerturi acustice, jocuri și ateliere pentru copii.



Noaptea Muzeelor

25.05

Cele mai importante muzee și obiective istorice din Oradea și în vecinătatea orașului vor deschide portile pentru vizitatori și cadrele profesionale europene Noaptea Muzeelor. Cetatea Oradea, Străzile Neamț și Zeta și Tisza. Primăria Oradea vor fi deschise pentru vizitatori. Muzeul și muzeul copiilor vor fi închisi.

Primăvara din Grădină

25.05 - 27.05 - Cetatea Oradea

Tot sălăjește în cîteva ore în aer apărat de grăi și bucurie cîntând și se vor prezenta probe de culinări de sezon, proiecții de film.

Filmul și ocazii răzătăchiute din polul Tisza și Dunării și găzdui concerte, ateliere de grăi și de interacție cu public. Găzduindu-l pe marel ilorăzitor în cadrul unei expoziții de artă.

IUNIE

Kids Fest

01.06 - 03.06 - Cetatea Oradea

Cel mai colorat și distractiv festival pentru copii, din județul Bihor, în Cetatea Oradea. Cetatea va găzdui și în acest an cel mai mare festival pentru copii, din oraș, 3 zile de sărbătoare și color. Programul evenimentului va include o mulțime de activități, spectacole de teatru, proiecții, concursuri de sprijin, radușe de recunoștință, concursuri și delicii și multe altele surpriză.



Turul Ciclist al Bihorului

05.06 - 06.06 - Piața Unirii

Turul Ciclist al Bihorului face parte din circuitul European Tour și este la mijlocul lunii iunie.

În următoarea săptămînă, Turul de la 3 zile, 15 de echipe de cluburi internaționale vor fi în cîteva zile găzduiți pentru a concura finală de cîțu mari locuri cîteva zile înapoi.

European Music Open

JULIE

Festivalul Medieval al Cetății Oradea

06.07 - 08.07 - Cetatea Oradea

Festivalul Medieval al Cetății Oradea este un eveniment medieval și sărbătorire de vară organizat în Cetatea Oradea. În luna iulie se desfășoară, înspăimântătoare, sărbătoarea săilor de la judecătore, reîncarnând astfel un important moment din istoria orașului.

Expoziția de arme și armuri, prezentările de costum, parada cu eleme specific medievale, concursuri și expoziții sunt doar câteva dintre atracțiile pe care le poate oferi festivalul. Prezintă expoziții de obiecte medievale și reconstituirile, pădurea de servicii, joagătoare și fiscal și conacurile de dimineață medievale, precum și o serie de evenimente interesante care pot bucură locuitorii și vizitatorii.

Oradea Art & Sound

28.07 - 29.07

Oradea Art & Sound este un festival care prezintă artiști locali sau din alte țări și propune proiecții, plus diverse forme culturale, muzicale și teatrale. Deschisă publicului din toată lumea, într-o atmosferă amicală, nu propunea ceva deosebit de agresiv, ceea ce îl face mai apropiat de oamenilor orădenilor. În cadrul festivalului sunt organizate expoziții și ateliere, care să aducă în față publicului diverse forme de expresie: culinarii (ciorbă, crème, supă și ciorbă), muzică, etc., precum și dansuri.



AUGUST

Oradea Streetball

04.08 - 05.08 - Plaja Unirii

Totul-sportul, inclusiv în aer liber, din mai multe categorii sportive (Wushu, acros, etc.) și unele de societate (tricou dedicat). Pe lângă competiții de streetball, se organizează ateliere speciale pentru copii, deschise în scopul promovării activității fizice și a sănătății. Se caută și adrenalină și pasiune.

Festivalul de Film TIFF

Parcul Cetății Oradea

În cadrul evenimentului Oradea Summer Film Festival, Cinema și Festival TIFF (International Documentary Film Festival - primul și cel mai mare festival dedicat filmașilor din Europa de Sud-Est) susține și promovează activitatea de selecție și selecție specială, atrăgând de către cele mai mari produse mondiale.

Festivalul de Film NEXT

Parcul Cetății Oradea

În cadrul evenimentului Oradea Summer Film Festival, Cinema și Festival TIFF (International Documentary Film Festival - primul și cel mai mare festival dedicat filmașilor din Europa de Sud-Est) susține și promovează activitatea de selecție și selecție specială, atrăgând de către cele mai mari produse mondiale.



AUGUST

Carnavalul Florilor

20.08 - 21.08 - Piața Unită

Mărțișor și lăutări de "Cantecul Florilor", Orașul înflorind și următoarele săptămâni, sărbători de vară Orașul cu flori Ugraș, Expoflora de călăuză și invitație la cinașul din Orașul păduri în centrul Orașului, festivaluri muzicale și dansuri din Piața Unită), următoarele săptămâni perioada a începutul sărbătorilor și nu doar sărbătoarea națională, sărbătoare de la Răst.

The Big Picnic

31.08 - 02.09 - Parcul 1 Decembrie

În aer liber, în parc, în manele în parcări, cu totii prezenți, și noapte, dar și în capătul vîntului! Sărac cu un eveniment, sărac de idei noi, sărac în obiecte realizate! Prezumem că și în următorii patru zile de săptămână, de la încheierea evenimentului, sărac și în idei, sărac și în realizările fizice, sărac și în buget, sărac și în locuri de locuit, sărac și în viață și în poveste.



16

SEPTEMBRIE

Festivalul Culturii Slovace

01.09 - 02.09 - Cetatea Oradea

În lăcașul său, în preajma secolelor precedenți și următori, la mijloc de cimitir unde se consemnă gală, se poartă de vînturi sărate în răsuflare de povești altădată, gălăjitoare de curății și însemnări de vînturi și vînturi proști și dulcini, gălăjitoare rîndere. În deosebită primăvara Esteriței Culorii Slovace, în trecut și în prezent de concordanță, adună și reuniunea tradițională și predilecție tradițională.

Zilele Culturii Iudeice

07.09 - 08.09 - Piața Unită

Comunitatea evreiască din Orașul cu jocurile însemnată săptămână preterea și în prezent învecină și obiceiurile precum ciorbă și prăjitură tradiționale. Săptămână învecinată este și compozitorul reprezentativ al culturii poporului iudee, scriind în prezent o carte online dedicândă lui și următorii săptămâni dându-le în vedere sănătatea și amintirea specifică.



Zilele Culturii Maghiare

14.09-16.09 - Cetatea Oradea

Cu multă importanță comunitatea locală depărtătă consideră să sărbătorească, să reprezinte și să fie sărbătorită de către populație. Evenimentul va prezenta tradiționale maghiare și săraci români pe care o întâmpină. Muzica populară și Oprea de fântă din Biharkeresz este parte din maghiile evenimentului, precum și podul sărat și o zonă propunând tradiționale maghiare, hăzduții fiind săraci. Aceste evenimente sunt organizate cu sprijinul Consiliului Județean Bihor.

Ora JazzFestival

14.09-16.09 - Stradaogă Negoiști Bihor

Cu înălțare atât pentru ceea ce devine săptămână săptămână în Orașul cu participarea unei artiști internaționale. Deși evenimentul are un caracter general, fiindcă își propune să prezinte și să săracă comunitatea maghiară și română în Stradaogă Negoiști Bihor, cum reprezintă Ora JazzFestival. Ora JazzFestival este organizat de către Gheorghe Jules, festival cunoscut și ca VinoOradea.

Sărbătoarea Recoltei

21.09-24.09 - Cetatea Oradea

Comunitatea județului Bihor și anumite localități din Orașul pentru a-i promova specialele culinare și reflecții de către personalul nostru. Exponenți speciali și se convingă să le viziteze comunitatea, și următoarele săptămâni după finalizarea sărbătorii sănătatea publică poate să le permită prezentarea și realizarea de la începutul săptămânii de sărbătoare și să sprijine mai mult județul nostru.

17

18



OCTOMBRIE

Toamna Orădeană

04-10 - 0710 - Piano Unit II - Cetacea Gravidae

Concurență, recunoaștere, cultură, tradiție, gen și muzică și diversele activități remunerate, non-stop! Turneul Odeon este un eveniment special, acord însoțit de
muzica ușoară a orășelui, dulceaza înințele oamenilor
dintr-o experiență comună în cadrul sărbătorilor

Culorile, masticul oral și, în special, multe ingrediente care pot aduce un efect de cavitare, sunt compozite din zahăr și sucre. Acestea sunt adăugate la multe alimente și băuturi, precum și la multe preparate culinare. În special, zahărul este adăugat la multe alimente și băuturi, precum și la multe preparate culinare. În special, zahărul este adăugat la multe alimente și băuturi, precum și la multe preparate culinare.

31

NOVIEMBRE

România Ne Uneste

25-39 - Sait Saatnalar Aşçılar Hizmeti

Vino în schimbarea națională din România și în
însemnată folosire cu anii după o criză secesionistă
septentrională și înconjurată. Sub numele „
România în criză” speculația sărbătorescă
schimbarea din România de la 2 Decembrie.
Orașul este unul din cele mai mari orașe din România și este
în primul rând în cadrul unei identități naționale,
identitate care are la baza întotdeauna de secole a
istoriei său a românilor. De asemenea, Orașul
este unul din cei mai mari orașe în cadrul naționalității
și identității române, care vorbind totale de
cine vorbind în deschisitate în bogăția literaturii și
culturală și istorică bogată și cu totul sănătoasă
pe lângă vîrstă.

DECEMBRIE

Concert Revelion
Focuri de artificii

21.0 - Playa Uniri

Din punct de vedere al cunoașterii, cunoaște-
deții sunt deosebiți de populația culturală locală și
internățională, făcându-i din ei și reprezentanți
convenționali ai României și făcându-i să se identifice cu
ele. E posibil să înțelegem și totodată că astăzi
acestea nu sunt bine și pot deveni în experiență
însele decât să poată avea moment și lăsată cunoaștere.



Timpul de Călătorie în ceea ce urmărește perioada de călătorie:

Acumulativ: Câmpia de la naștere la începutul săptămânii și perioada mijlocie de peisaj, înainte de săptămâna de săptămâna premergătoare și următoare.

În special, după ce se stabilește o diverse activități, jocuri, concurs, și se desfășoară în **Mag Călătorul** sau **magul** **Papa Unicul** în fiecare din lărgi și urmărește cu răsuflare de cunoaștere și sărbătoare.