



RAPORT DE ACTIVITATE

2021

Cuprins

1. Despre APTOR	3
2. Fluxuri turistice în 2021.....	4
3. Materiale de promovare	9
3.1. Reviste	9
3.2. Harta turistică	10
3.3. Pliant evantai	11
3.4. Agende.....	11
3.5. Clipuri de promovare a oraşului Oradea.....	12
4. Campanii de promovare naţionale	13
4.1. Călător în Bascheţi	14
4.2. Destinatia Anului 2021.....	17
4.3. Campania Online de generare de trafic nou	18
4.4. Termalia Awards.....	22
4.5. Info trip Accent Travel.....	23
5. Campanie de gratuităţi pentru turişti: Oradea cu drag	24
6. Platforma online www.visitoradea.com	26
7. Preluare în administrare Cetatea Oradea.....	28
8. Centre de Vaccinare Oradea	29
9. Proiect finanţat prin Programul de Cooperare Transnaţională Dunărea	32
10. Visit Oradea – Indicatori de performanţă în mediul online.....	35
11. Evenimente	44
12. Anexe.....	63

1. Despre APTOR

Asociația pentru promovarea Turismului din Oradea și regiune este organizația de management a destinației realizată în baza unui partenerial 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 3 jucători importanți din industria ospitalității - Hotelurile Ramada by Wyndham Oradea, DoubleTree by Hilton Oradea și 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, implementarea, creșterea notorietății destinației turistice Oradea.

Începând din lunie 2021 APTOR adaugă în portofoliu administrarea Cetății Oradea având ca principal obiectiv popularea acesteia astfel încât, pe lângă valoarea culturală de monument istoric clasa A, să devină și un veritabil centru comercial, de afaceri, și recreativ. Scopul final este ca și Cetatea să susțină creșterea numărului de vizitatori ai orașului dar și eficientizarea cheltuielilor administrative ale cetății.

APTOR este de asemenea responsabilă cu realizarea politicii de marketing, planurilor de dezvoltare turistică, a 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 activităților turistice, ținând cont de principiile turismului durabil.

2. Fluxuri turistice în 2021

Anul 2021 a continuat să performeze din punct de vedere turistic sub efectul pandemiei COVID-19. Datele prezentate mai jos vor demonstra o îmbunătățire importantă față de anul 2020 însă mult sub rezultatele pieței de turism orădene pre-pandemie din anul 2019. De asemenea, anul 2021 a fost un an cu numeroase modificări legislative care au avut un impact mai ales asupra turismului de *incoming*, segmentul de turiști din afara țării fiind astfel afectat de condițiile de acces în România precum și schimbările legislative dese privind trecerea granițelor pentru cetățenii UE și non UE.

Luna ianuarie 2021 a înregistrat o scădere de 60% față de luna ianuarie 2020 (pandemia a început să aibă efecte asupra pieței de turism începând cu a doua jumătate a lunii februarie 2020) și cu 48% scădere față de ianuarie 2019. Față de luna ianuarie din 2019 în ceea ce înseamnă sosiri ale turiștilor, impactul COVID-19 a început să fie resimțit din a doua jumătate a lunii februarie. Luna februarie 2021 a fost încheiată și ea sub nivelul lui 2020 cu 37% și cu 39% față de februarie 2019. Efectele creșterii cererii turistice au început să se simtă începând cu luna martie, aceasta închizându-se cu 69% peste valorile din 2020 însă cu aproape 53% față de luna martie a lui 2019. Creșteri semnificative față de anul 2020 s-au înregistrat în rândul sosirilor turiștilor în lunile aprilie, mai și iunie. Lunile de vară au demonstrat că Oradea rămâne o destinație preferată de români pentru sejururi scurte de tip city break dar și șederi mai lungi, luna iulie 2021 fiind cu doar 2.000 de sosiri sub nivelul lunii iulie 2019 și cu o creștere de 80% față de luna iulie 2020. Cea mai performantă lună a lui 2020 din punct de vedere a sosirilor turiștilor în Oradea a fost luna august cu 26,700 sosiri, cu 21% peste nivelul lui august 2020 și cu doar 11% sub nivelul lunii august 2019. Luna septembrie a cunoscut o creștere de 21% față de anul 2020 și odată cu finalul vacanței de vară, numărul sosirilor turiștilor a scăzut, cu toate acestea lunile octombrie și noiembrie fiind peste nivelul din 2020 cu 36%, respectiv 89%.

De asemenea, din cauza reglementărilor în vigoare privind organizarea de evenimente private, lunile septembrie, octombrie și noiembrie, luni caracterizate în anii precedenți de evenimente și grupuri corporative cu foarte bune rezultate financiare, congrese medicale sau farmaceutice, au avut de suferit din lipsa acestui segment de turiști.

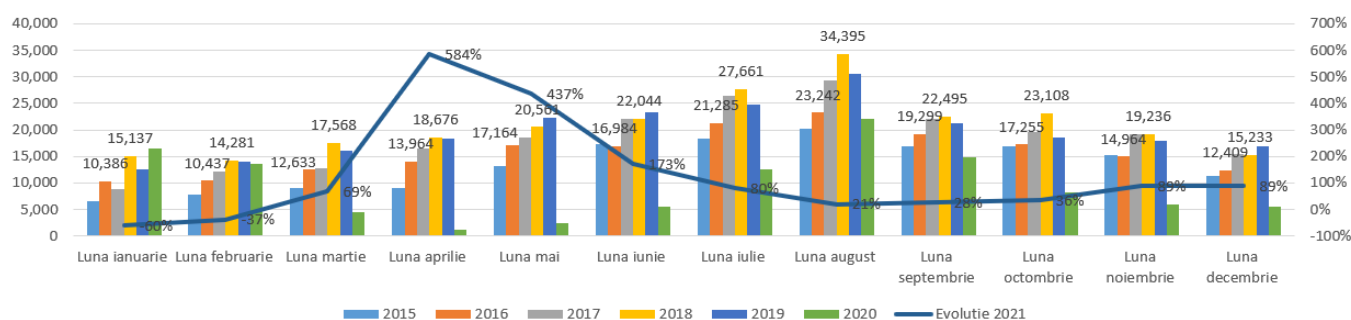
Pachetele de Revelion, care atrageau atât turiști domestici cât și străini în fiecare an, și-au pierdut din atractivitate cu toate că relaxările privind organizarea de evenimente survenite la mijlocul lunii decembrie au contribuit la o ameliorare, mulți hotelieri reușind să vândă pachete și în ultimul moment. Astfel, luna decembrie 2021 s-a încheiat cu 10540 sosiri ale turiștilor, cu 89% peste nivelul din 2020 și cu 38% sub nivelul din decembrie 2019.

Raportat la alte destinații importante din România, Oradea a rămas în topul destinațiilor turistice, urcând de pe locul 8 ocupat în anul 2020 cu o poziție pe locul 7 în anul 2021. Pentru anul 2021,

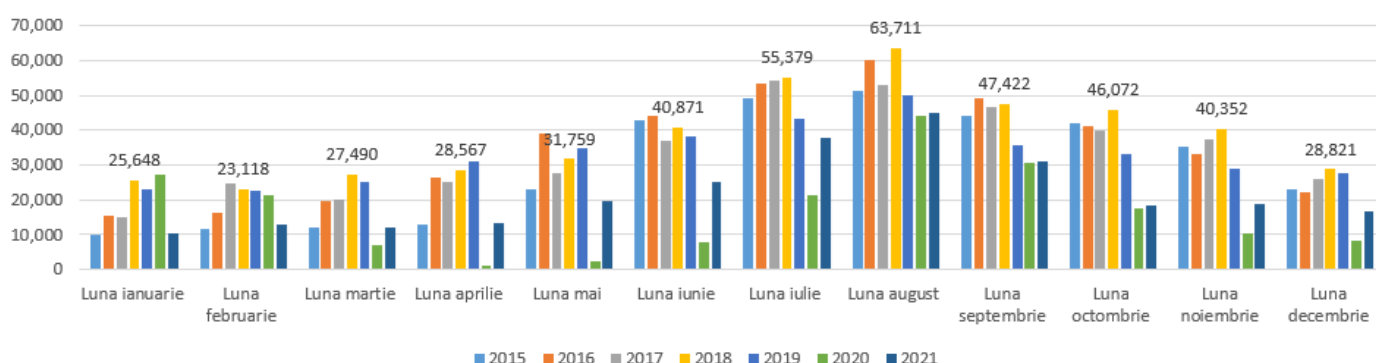
după capitală, Brașov are cel mai mare număr de turiști – 422355, urmată de Constanța cu 416012. Poziția 4 din clasament este ocupată de Cluj-Napoca cu 279320 sosiri ale turiștilor, creștere semnificativă față de anul 2020, turismul de business și reorganizarea marilor festivaluri (TIFF; Electric Castle și Untold) fiind o sursă importantă de generare de turiști. Locul 5 este ocupat de Sibiu cu 274952 turiști. Local 6 este ocupat de Iași cu 215790 sosiri și locul 7 de Oradea cu 160335 sosiri, Timișoara coborând pe locul 8 cu 150070 sosiri ale turiștilor (sursa INS – Tempo Online, ianuarie – noiembrie 2021).

În anul 2021, la fel ca în 2020, originea turiștilor este dominată de români. Graficele de mai jos demonstrează încă o dată evoluția sosirilor turiștilor în anul 2021:

Numărul de turiști

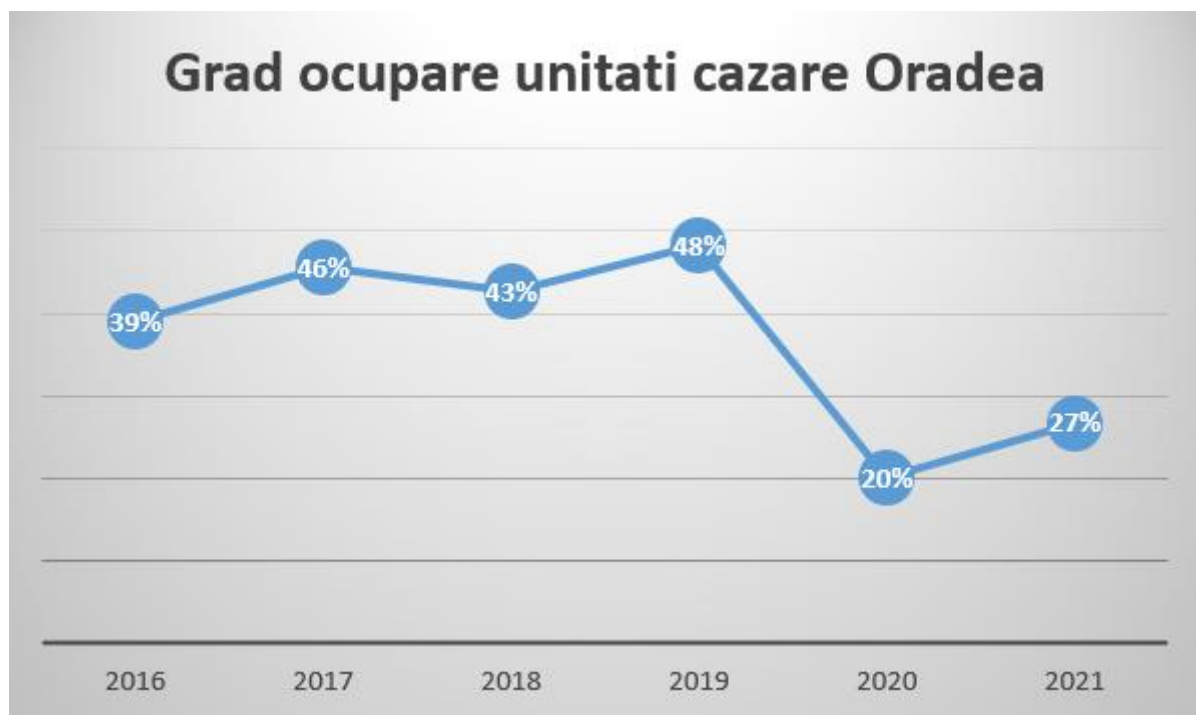


Înnoptări ale turiștilor în Oradea



Un indicator important pentru performanța unei destinații dar și pentru rezultatele financiare ale unităților de cazare, este gradul de ocupare. Anul 2021 a cunoscut un grad mediu de ocupare în

creștere față de anul 2020, de 27%, însă în continuare mult sub nivelul valorilor dinainte de pandemia COVID-19.



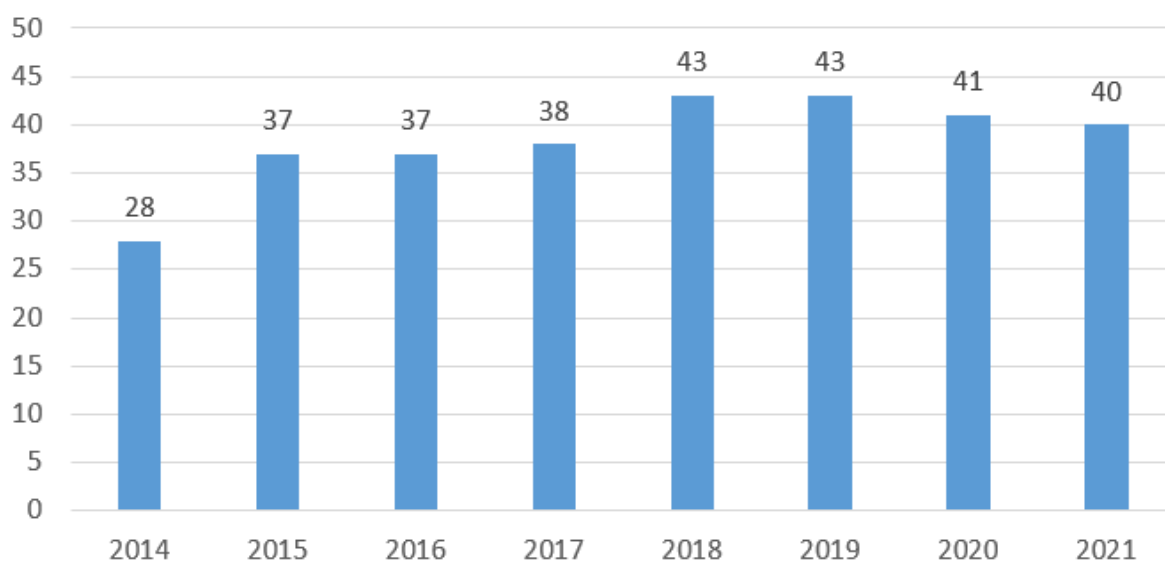
Gradul de ocupare prezentat mai sus este cel pentru unitățile de cazare declarate oficial și luate în considerare de Institutul Național de Statistică. Acesta nu conține unități sau facilități de cazare precum apartamente, case sau vile închiriate integral sau parțial pe platforme precum booking.com sau Airbnb.com.

Sezonalitate 2021

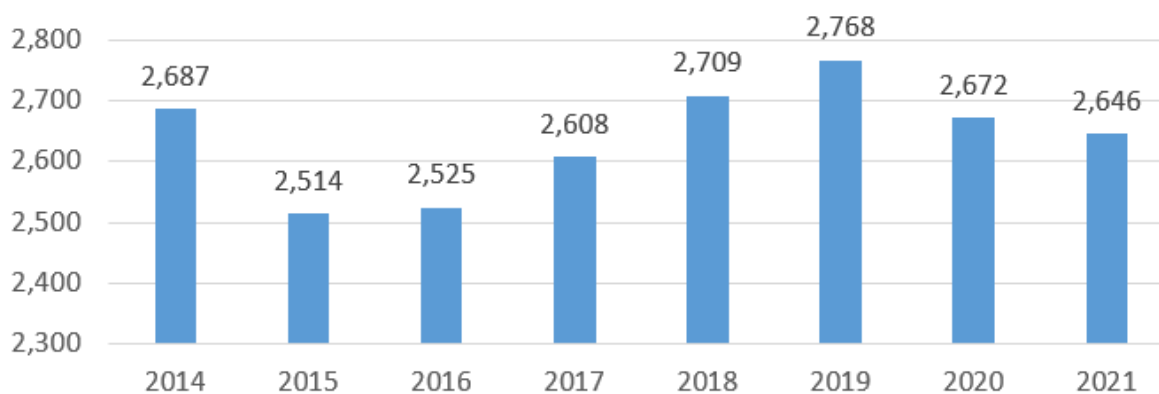


Capacitatea de cazare a destinației nu a avut creșteri semnificative iar din 2014 încoace numărul locurilor de cazare din Oradea, conform INS, a rămas relativ același, în anul 2021 fiind înregistrare 40 de unități de cazare pe raza Municipiului Oradea, în scădere cu 1 unitate de cazare față de anul 2020. Capacitatea de cazare a scăzut și ea cu 26 de locuri de cazare în 2021 față de 2020.

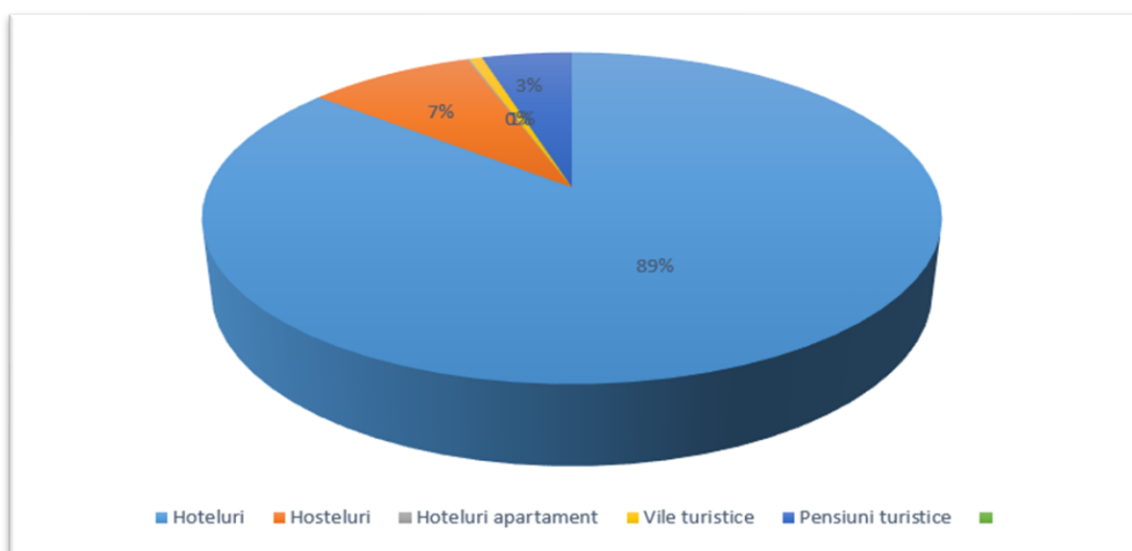
Structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică 2021



Capacitate de cazare locuri



Din datele oficiale puse la dispoziție de Institutul Național de Statistică reiese că în continuare turiștii preferă, în proporție covârșitoare, hotelurile ca și opțiune de cazare pentru anul 2021:



3. Materiale de promovare

3.1. Reviste

În anul 2018, echipa Brandient a fost contractată de APTOR pentru conceptualizarea și consolidarea brandului de destinație Oradea. Proiectul a început, simbolic, pe 1 decembrie 2018, cu ocazia aniversării centenarului României moderne, iar finalizarea acestuia și lansarea propriu-zisă a brandului a avut loc în 9 mai 2019, de ziua Europei.

În anul 2020 a urmat etapa de implementare a noului brand Oradea Art Nouveau. Life Nouveau, astfel, s-au refăcut integral materialele de promovare turistică din punct de vedere al conceptului, textelor, fotografiilor și designului. Pachetul de materiale conține:

- Revista Green Oradea – limba română și engleză
- Revista Oradea, 5 lecții – limba română și engleză
- Revista Oradea Instagramabilă – limba română și engleză
- Booklet Oradea Going Out – limba engleză
- Booklet Oradea la Pas – limba română
- Mapă kit – limba română, engleză, germană, maghiară

Datorită contextului generat de pandemia de coronavirus, aceste materiale au fost realizate doar în format digital în anul 2020. Având în vedere cererea colaboratorilor și a partenerilor, precum și importanța unui material printat, în anul 2021, materialele de promovare au fost realizate și în format print: câte 1000 buc./modelele în limba română și 500 buc./ modelele în limba engleză. De asemenea s-au realizat și 500 de bucăți mapă bilingve.



3.2. Harta turistică



față



verso

Harta turistică a orașului a fost întotdeauna un instrument foarte apreciat atât în rândul turiștilor și vizitatorilor, dar și în rândul agențiilor de turism și industriei hoteliere. Odată cu creșterea numărului de obiective turistice ale orașului și cu schimbarea logo-ului Visit Oradea, harta a necesitat să fie actualizată:

legenda cuprinde noi categorii precum: Parcuri/Parks, Muzee/ Museums, Shopping, Piață/Market;

- s-au actualizat datele de contact a paginilor oficiale Visit Oradea: Facebook, Instagram, Youtube și Tik Tok;
- s-au actualizat datele de contact și adresele punctelor de informare turistică
- informațiile de pe verso, a hărții transportului public a fost detaliată în limba română, maghiară și engleză.

simbolurile obiectivelor turistice au primit o înfățișare nouă, colorată și mai prietenoasă.



Varianta anterioară



Varianta actuală

Au fost realizate în format print cu dimensiunea A3, 5000 bucăți.

3.3. Pliant evantai

Pliantele evantai au fost gândite ca formatul și informațiile acestuia să fie interactive și să încurajeze turiștii să exploreze Oradea. Materialele conțin informații utile despre: obiectivele turistice, activități pentru familii și copii, evenimente, hoteluri, gastronomie, Wellness & Spa, transport în comun și multe altele. De asemenea cititorii sunt invitați să descopere mai multe detalii și articole despre oraș pe site-ul www.visitoradea.com accesând codul QR prezent pe pliant.

Au fost realizate în format print 3000 bucăți în limba română și 1000 bucăți în limba engleză.



3.4. Agende

Cu scopul de a promova brandul Visit Oradea și de a oferi ceva durabil și util colaboratorilor, a fost gândită agenda Visit Oradea. Aceasta are dimensiunea 13x21 cm iar coperta este tipărită cu elemente din logo-ul Visit Oradea alături de sloganul Art nouveau. Life nouveau și logo-ul Visit Oradea.

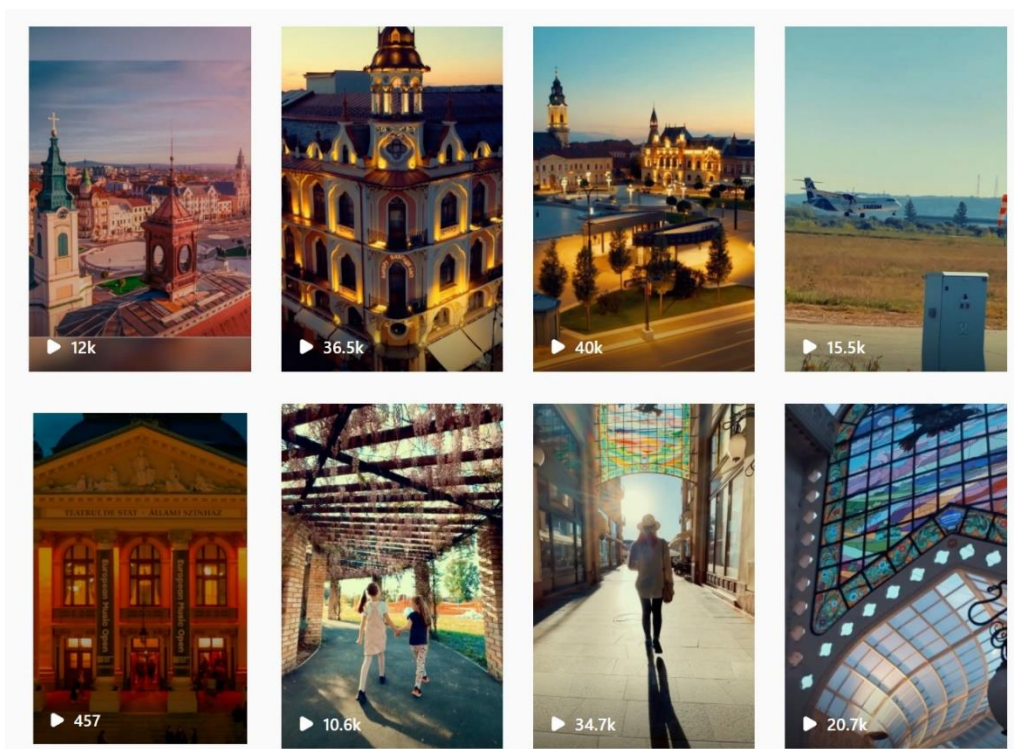
S-au realizat 500 bucăți.



3.5. Clipuri de promovare a orașului Oradea

Etapa de promovare a orașului a continuat și în mediul on-line, astfel încât s-au realizat videoclipuri care prezintă, în mod dinamic, imagini cu obiective reprezentative din Oradea și a componentelor de brand. Videoclipurile au fost promovate pe canalele de social media ale Visit Oradea: Facebook, Instagram, YouTube și Tik Tok.

- ✓ 7 x video tip Drone Content: Places to eat in Oradea, Places to stay in Oradea, Fastest way to city center, Reasons to visit Oradea, Destinatia Anului, Destinatia Anului - testimonial, What you can buy for 2 euros in Oradea
- ✓ 1 x video tip Go Pro mobility: City break in Oradea;



4. Campanii de promovare naționale

Unul din cele mai eficiente instrumente de marketing de destinație îl reprezintă campaniile de promovare naționale și internaționale online, precum și cele cu influenceri și bloggeri de turism. Începând cu anul 2017, APTOR a derulat o serie de astfel de activități de promovare a orașului Oradea online, unele din ele cu cei mai cunoscuți influenceri din țară și de peste granițe.

OBIECTIVE

- ✓ Creșterea notorietății destinației.
- ✓ Plasarea orașului Oradea în top-of-mind destinații de city-break din România.
- ✓ Promovarea destinației Oradea, cu focus pe:
 - Descoperirea noii înfățișări a orașului și a obiectivelor turistice;
 - Identificarea oportunităților de vacanță și relaxare oferite de Oradea;
 - Descoperirea alternativelor de turism activ accesibile în împrejurimile orașului;
 - Promovarea celor mai mari evenimente orădene – Festivalul Medieval, Oradea Festifall, Târgul de Crăciun.
 - Transformarea Târgului de Crăciun Oradea într-un obiectiv turistic în sine, respectiv în cel mai frumos și atractiv eveniment de profil din țară.

4.1. Călător în Bascheți

Lansat în noiembrie 2018, calatorinbascheti.ro a devenit foarte repede unul dintre cele mai cunoscute și influente bloguri de turism din România. Blogul își propune să arate publicului România neștiută precum și destinații de poveste din străinătate. Cu peste 248.000 de fani pe Facebook, 1.026.000 recordul de vizitatori unici pe lună și peste 560.000 urmăritori pe Tik Tok, calatorinbascheti.ro este contul cel mai urmărit din România, pe domeniul travel, care vizează destinațiile din țară. Articolele calatorinbascheti.ro sunt constant în topul Zelist.ro, site-ul care monitorizează articolele virale din blogosferă.

APTOR a organizat un *infotrip* la Oradea cu Laura Vereha și Sebastian Secan, autorii blogului de călătorie <https://calatorinbascheti.ro/>. Laura Vereha și Sebastian Secan au călătorit în peste 45 țări iar în timpul pandemiei de coronavirus blogul lor a fost extrem de populat și apreciat de către cititori, mulțumită relevanței contextuale a conținutului publicat pentru destinațiile din România. .

Pe parcursul șederii sale în Oradea, Laura Vereha și Sebastian Secan au vizitat centrul istoric, patrimoniul arhitectural al orașului, expozițiile din cadrul Muzeului MoO și ale Muzeului Țării Crișurilor, Cetatea Oradea și Sinagoga Sion, dar și împrejurimile orașului din județul Bihor. Subiectele acoperite în timpul vizitei:

1. Motivele pentru care Oradea a ajuns finalistă pe lista Destinațiilor Anului 2021 în România.
2. Campania „Oradea, cu drag!” și obiectivele campaniei.
3. Măsurile de prevenire a răspândirii COVID-19 luate la nivel de oraș dar și în hoteluri, restaurante, obiective turistice.
4. Obiectivele și atracțiile turistice din Oradea.
5. Evenimente în Oradea: teatru, filarmonică, concerte etc.

Infotripul a fost documentat prin postări dedicate pe conturile de Facebook, Instagram și Tik Tok, precum și prin articole publicate pe www.calatorinbascheti.ro:

- 1 articol editorial postat pe site-ul www.calatorinbascheti.ro: *Top 10 cazări de poveste din Oradea, destinația momentului în România*
- 1 postare pe Facebook, pe pagina „Călător în Bascheți”, cu trimitere la articol;
- 2 Reels postate pe feed pe contul de Instagram „Călător în Bascheți”, cu tag spre pagina Beneficiarului și cu link în Bio spre site-ul campaniei „Oradea, cu drag!”
- 2 Tik Tok-uri, postate în feed pe contul de Tik Tok „Călător în Bascheți”, cu tag spre contul Tik Tok - Visit Oradea și link in bio spre site-ul visitoradea.com.
- 1 Live pe contul de Instagram „Călător în Bascheți”, în care s-a discutat interactiv cu audiența online și s-a explicat cum funcționează campania „Oradea, cu drag!”. Live-ul a rămas postat în feed.
- Set de stories (x3) pe Instagram „Călător în Bascheți”, cu tag spre contul Instagram - Visit Oradea.
- Set de stories pe pagina de Facebook (x3) „Călător în Bascheți”, cu tag spre pagina de Facebook Visit Oradea.
- Mențiuni ale destinației în emisiunile TV și radio: Antena 1 - Neața cu Răzvan și Dani - <https://fb.watch/5RL8W7MGLW/>; Digi FM <https://fb.watch/5RLe2iZ44L/>

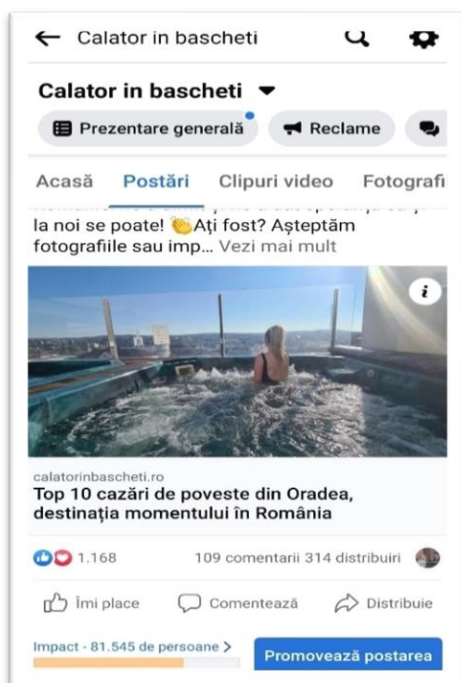
Rezultate:

- Articol blog " *Top 10 cazări de poveste din Oradea, destinația momentului în România*":
26.830 Vizite unice
- Postare Facebook articol: *Reach 81.545 de persoane*
- LIVE Instagram: *39.257 Afișări*
- 3 reels Instagram: *Impact: 87.634*
- 2 TIK TOK: *Impact: 78.900*
- Postare: 32 stories Instagram: *267.047 Impact*
- Postare: 8 stories Facebook: *56.144 Impact*

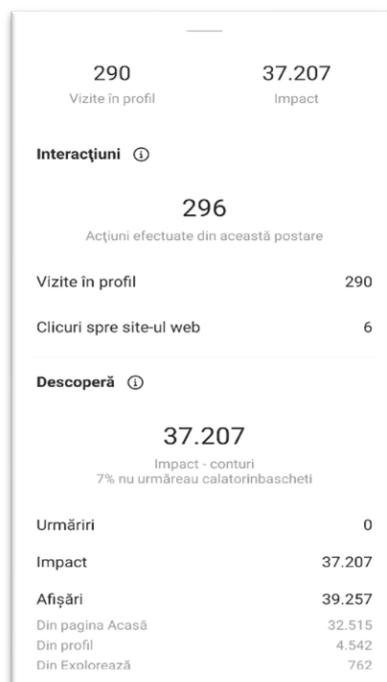
Top 10 cazări de poveste din Oradea, ...	26.830 +26.830 (↑ -)
--	--------------------------------

Articol blog " Top 10 cazări de poveste din Oradea, destinația momentului în România":

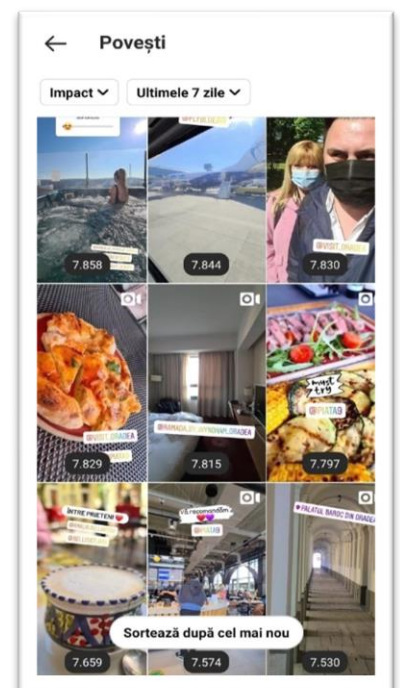
26.830 Vizite unice



Postare Facebook articol:
Reach 81.545 de persoane

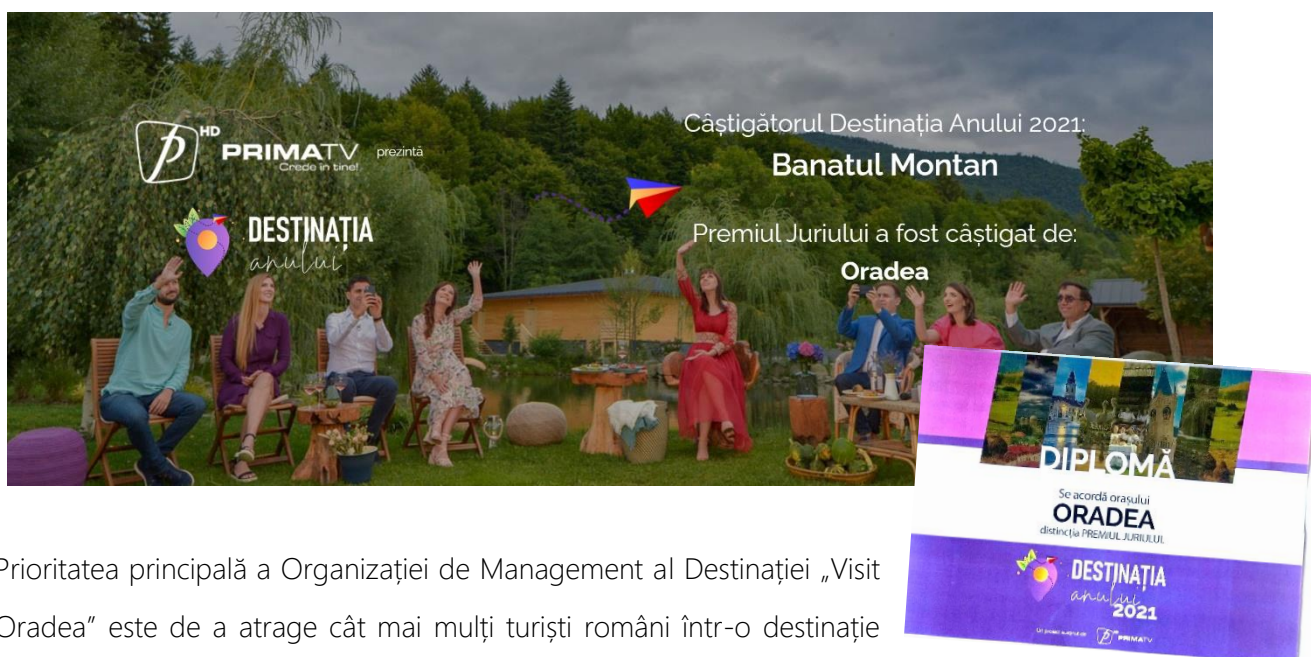


LIVE Instagram: 39.257 Afișări



Postare: 32 de stories
Instagram:
267.047 Impact

4.2. Destinatia Anului 2021



Prioritatea principală a Organizației de Management al Destinației „Visit Oradea” este de a atrage cât mai mulți turiști români într-o destinație europeană sigură – Oradea.

Inițiativa „Destinația Anului 2021 în România”, a fost un proiect care și-a propus să promoveze turismul intern prin popularizarea destinațiilor frumoase din țară. Această campanie a stârnit o puternică competiție între regiunile turistice românești, miza fiind de a-și asigura nominalizarea între cele 6 finaliste ale competiției, care vor beneficia de promovare gratuită pe Prima TV. Peste 16 mii de nominalizatori au decis care sunt destinațiile din țară calificate în Marea Finală printre care s-a numărat și Oradea. Publicul a votat Destinația anului 2021 în România împreună cu un juriu format din blogeri și profesioniști în turism.

În cadrul acestui proiect de promovare a turismului, Prima TV a realizat, săptămânal, o emisiune în cadrul căreia au fost prezentate rând pe rând, toate cele 6 destinații candidate la titlu.

Juriul a acordat un punctaj bazat pe 3 criterii: diversitate turistică, implicare locală și forța brandului. Pe aceste criterii juriul a acordat cel mai mare punctaj destinației turistice: Oradea, o destinație-exemplu de bune practici în management și implicare locală. La capătul celor 100 de zile de căutări pentru Destinația Anului 2021 în România, s-a decis câștigătorul marelui trofeu (Banatul Montan) și câștigătorul premiului juriului (Oradea).

4.3. Campania Online de generare de trafic nou

La nivel global, industria turismului trece printr-un moment de cotitură, odată cu evoluția pandemiei de COVID-19. Apar provocări, dar și oportunități pentru reinventarea industriei, a serviciilor și a felului în care oamenii pot experimenta călătoriile. Realitatea este marcată de un context tensionat, de o ușoară teamă și de rețineri legate de siguranța proprie și a celor din jur, de nostalgiei pentru cum era "înainte". Nu asistăm doar la o reinventare a industriei turismului, ci și la o reinventare a profilului turistului. Apar nevoi și așteptări care să ușureze tranziția în noua realitate, printr-un turism de tip escapadă, în care oamenii caută:

- ✓ Informații pentru o documentare temeinică, în alegerea unei destinații;
- ✓ Accesibilitate, opțiuni cu buget prietenos, relaxare și siguranță;
- ✓ Activități recreative, în aer liber, reconectare cu natura, fără grabă;
- ✓ Interacțiuni și experiențe imersive în cultura și obiceiurile unui loc;
- ✓ Locuri mai puțin aglomerate se păstrează distanțarea socială, pentru siguranță;
- ✓ Timp petrecut cu familia și prietenii;

Oradea poate răspunde la acest context al noului turism, ca destinație care îndeplinește nevoile și așteptările de Slow Tourism, prin promisiunea de brand: ART NOUVEAU, LIFE NOUVEAU. Mai mult, Oradea își dorește să răspundă nevoilor și așteptărilor contextuale în care se găsesc turiștii români, devenind un oraș relevant pentru ei. Totodată, s-a dorit generarea de awareness pentru brandul de oraș și construirea încrederii în promisiunea Art Nouveau - Life Nouveau.

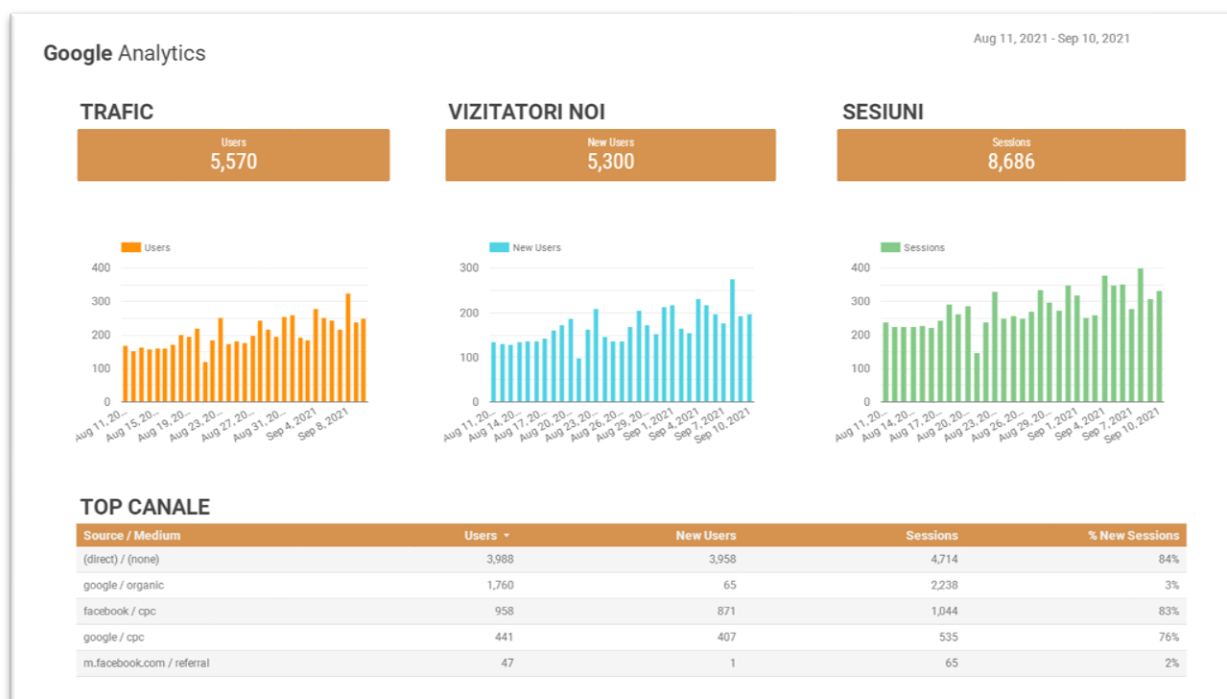
Prin campania desfășurată în perioada 11 august- 28 septembrie 2021 s-a urmărit creșterea notorietății orașului prin comunicarea valorilor și atributelor de brand: Oradea, oraș Art Nouveau – Life Nouveau prin campanii de promovare on-line. Campania de generare de trafic nou pe baza intereselor a avut rolul de a direcționa utilizatorii către site-ul visitoradea.com, afișând anunțuri doar persoanelor care au corespuns intereselor publicului țintă pentru produsele promovate. Astfel,

Facebook a afișat automat reclamele celor care prezentau cele mai mari șanse sa le considere relevante.

Au fost implementate 3 tipuri de campanii în perioada 11 august- 28 septembrie 2021:

1. O campanie cu obiectiv de Trafic (care a generat trafic relevant pe site-ul Visit Oradea și numărul de vizitatori. Acest trafic de pe website a fost luat în considerare în audiențele personalizate, pe care le vom folosi mai târziu în alte campanii).
2. O campanie cu obiectiv de Reach (pe baza audiențelor targetate, au fost afișate anunțurile către cât mai mulți utilizatori din România).
3. Brand Performance - Acest tip de campanie reprezintă modalitatea prin care se afișează în rezultatele persoanelor brand-ul Visit Oradea, acoperind majoritatea variațiilor sau combinațiilor de cuvinte-cheie posibile.

Rezultate:



Statistici trafic site 11 august-10 septembrie 2021



Statistici trafic Facebook Ads 11 august-10 septembrie 2021

Aug 11, 2021 - Sep 10, 2021

TOP GRUPURI DE ANUNȚURI

Ad group	Impressions	Clicks	CTR	Avg. CPC	Cost	Search Impr. share
03. Aqua Park President	3,611	417	11.5%	\$0.1	\$56	39%
01. Aquapark Nymphaea	1,888	222	11.8%	\$0.2	\$38	27%
01. Promovare concerte general	305	78	25.6%	\$0.1	\$10	58%
01. Brand Protect	200	117	58.5%	\$0.1	\$8	78%
03. Hotel Ramada by Wyndham	327	31	9.5%	\$0.2	\$6	33%
01. Art Nouveau	92	21	22.8%	\$0.3	\$6	58%
02. Hotel Elite	184	6	3.3%	\$0.5	\$3	38%
04. Eforea SPA - DoubleTree by Hilton Oradea	12	4	33.3%	\$0.6	\$2	60%

TOP CUVINTE CHEIE

Search keyword	Impressions	Clicks	CTR	Avg. CPC	Cost	Search Impr. share
aqua park president balle felix	2,292	266	12%	\$0.1	\$35	32%
nymphaea oradea	1,105	105	10%	\$0.2	\$18	29%
aqua park president	637	80	13%	\$0.1	\$11	70%
aquapark nymphaea oradea	308	48	16%	\$0.2	\$10	25%
viziteaza oradea	26	9	35%	\$0.6	\$5	74%
aquapark nymphaea	314	42	13%	\$0.1	\$5	25%
european music open	114	39	34%	\$0.1	\$5	70%
art nouveau oradea	56	13	23%	\$0.4	\$5	58%
president aqua park	171	31	18%	\$0.2	\$5	64%
concerte oradea	191	39	20%	\$0.1	\$5	52%

Statistici cuvinte cheie căutate care au condus vizitatorii pe site

Concluzii

- ✓ 18% din vizitatorii din august 2021 de pe site au venit din promovarea Facebook Ads față de luna iulie 2021
- ✓ 21% din vizitatorii din septembrie 2021 de pe site au venit din promovarea Facebook Ads față de luna august 2021
- ✓ 8% din vizitatorii din august 2021 de pe site au venit din promovarea Google Ads față de luna iulie 2021
- ✓ 4% din vizitatorii din septembrie 2021 de pe site au venit din promovarea Facebook Ads față de luna august 2021

Reacțiile comunității online

- ✓ Sentimentul general al comunității este pozitiv și ilustrează bazele unei relații de afinitate care ne permite să construim și să dezvoltăm comunicarea cu publicul prin strategia de conținut axată pe conversații relevante și conținut atractiv interactiv pe fiecare canal în parte.
- ✓ Creșterea indicatorilor de performanță din pagini și reacțiile pozitive din partea comunității ne permit să formulăm o concluzie generală: există o expunere calitativă a brand-ului Oradea în social media, prin conținut divers, creativ și relevant, atât pentru brand cât și pentru public.

4.4. Termalia Awards

La cel mai important eveniment de business networking din Europa de Est destinat Industriei Wellbeing, patronat de World Spa Organization la Gala – Termalia Awards ediția 2021, au fost prezenți peste 100 de investitori, proprietari de entități cu destinație wellbeing, personalități și influenceri din România și din străinătate.

Termalia este singurul eveniment de business networking & Gala din Europa de Est, patronat de World Spa Organization – Organizație cu birouri internaționale, ambasadori și reprezentanți ai comitetului distribuiți în peste 40 de țări de pe cele cinci continente și care fac din WSO un lider mondial în domeniile Spa, Beauty și wellbeing.

Câștigătorii premiilor TERMALIA 2021 sunt desemnați în urma unei proceduri de jurizare care ia în calcul preferințele publicului dar și criterii de performanță cuantificabile. Acest eveniment este un punct culminant al anului, cu multe oportunități noi de afaceri create de la întâlnirea afiliaților din domeniul ospitalității, a partenerilor media și influencerilor din România și străinătate.

Pentru ediția 2021, Oradea a câștigat premiul Best Aesthetic Health Tourism Destination 2021.



4.5. Info trip Accent Travel

În cadrul acțiunii Infotrip BALNEO - Editia a 15-a " Redescoperim Romania" 40 de agenți de turism din România au petrecut o zi la Oradea, în cadrul unui infotrip organizat de către Accent Travel, unul dintre cei mai mari agenți de turism din România în parteneriat Asociația pentru promovarea turismului din Oradea și regiune (APTOR).

Sosiți din principalele orașe ale României - Craiova, București, Brașov, Cluj, Ploiești, Satu Mare, Bacău etc., agenții de turism au efectuat vizite de informare pentru cunoașterea orașului, inclusiv cele mai reprezentative unitati de cazare.

În timpul vizitei, agenții de turism s-au bucurat de un tur ghidat în Piața Unirii, strada Vasile Alecsandri, Sinagoga Sion, Piața Ferdinand, Muzeul Art Nouveau Casa Darvas-La Roche, Republicii, Cetatea Oradea, Palatul Episcopal Romano-Catolic și Catedrala Romano-Catolică.

„Astfel de acțiuni sunt importante în activitatea APTOR deoarece vizitele de cunoaștere a unei destinații turistice reprezintă cheia promovării către turiști. Faptul că am putut găzdui un număr de 40 de agenți de turism din toată România în contextul actual al pandemiei ne face să fim încrezători că efectele pandemiei asupra turismului intern pot fi contracarate. Astfel de acțiuni vor fi organizate și în viitor, atât pentru agenții de turism din România, cât și pentru agenții din țările cu potențial turistic pentru destinația Oradea", a precizat Alexandru Chira, director executiv al APTOR.



5. Campanie de gratuități pentru turiști: Oradea cu drag

Pentru a veni în întâmpinarea industriei de turism care se confruntă cu provocări fără precedent, Asociația pentru promovarea turismului din Oradea și regiune, cu suportul Primăriei Oradea, a demarat a II- a ediție a campaniei de beneficii pentru turiștii care vizitează Oradea, oferindu-le tuturor turiștilor cazați la una dintre unitățile de cazare clasificate din Oradea pentru minim 2 nopți consecutive, în perioada mai 2020 – 31 decembrie 2021, următoarele beneficii:

a. Gratuitate la toate secțiile muzeale care aparțin de Muzeul Țării Crișurilor, Muzeul Orașului Oradea și Fundația de Protejare a Monumentelor Bihor_:

- ✓ Muzeul Orașului Oradea – Cetatea Oradea
- ✓ Muzeul Istoriei Evreilor din Oradea
- ✓ Sinagoga Neologă Sion
- ✓ Muzeul Art Nouveau din Casa Darvas La-Roche
- ✓ Muzeul Țării Crișurilor
- ✓ Turnul Primăriei
- ✓ Templul Francmasoneriei

b. Transport gratuit pentru 24 de ore în întreaga rețea de transport public (OTL).

Pentru a eficientiza înregistrarea acestor gratuități și pentru a asigura comunicarea directă cu muzeele și serverele OTL, s-a utilizat aplicația online – *oradealifenouveau.ro* care a fost folosită de toate unitățile de cazare din oraș care s-au alăturat acestei inițiative.

c. Restaurante/cafenele

Tot în baza codului unic turiștii au putut beneficia și de o serie de discount-uri la anumite cafenele și restaurante din oraș. Lista lor se poate consulta mai jos.

Restaurante și cafenele partenere: Restaurant Capitolium Oradea (-20%), Meron (-15%), Custoza (-10%), Restaurant Mediterana (-10%), Mr. Bean Coffee (-15%), Restaurant Meridian Zero - în Cetatea Oradea (-10%), Restaurant Graf (-15%), Ristretto (-10%), Piața 9 (-10%), Bers Nova (-10%).

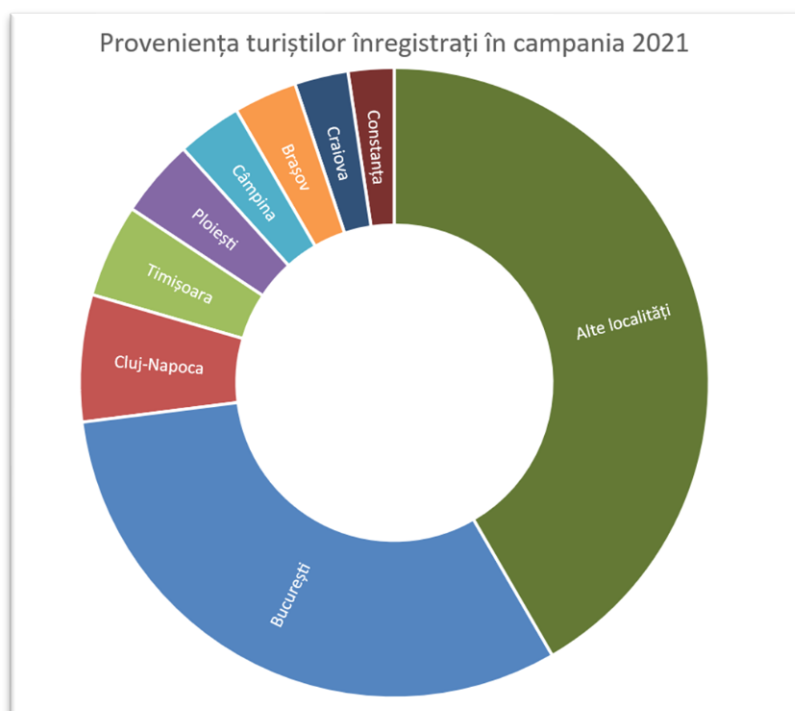
Perioada campaniei: 06.05 - 31.12.2021.

Condiții obligatorii pentru obținerea gratuităților:

- ✓ Ședere de minim două nopți consecutive (nu se iau în considerare nopți cumulate pentru același turist);
- ✓ Ședere la una dintre unitățile de cazare clasificate din Oradea;
- ✓ Semnarea protocolului de colaborare între APTOR și unitatea de cazare;
- ✓ Folosirea aplicației online *oradealifenouveau.ro* pentru înregistrarea turiștilor (aplicație gratuită) după semnarea protocolului de colaborare.

Rezultate campanie:

- ✓ 19 unități de cazare partenerie în campania de beneficii pentru turiști;
- ✓ 3.116 de turiști înregistrați în campania 2021 față de 1.060 în 2020;
- ✓ 3544 de gratuități oferite în cadrul secțiilor muzeale partenerie;



București: 31 %
Cluj Napoca: 7 %
Timișoara: 5 %
Ploiești: 4 %
Câmpina: 3 %
Brașov: 3 %
Craiova: 3 %
Constanța: 2 %
Alte localități: 42 %

6. Platforma online www.visitoradea.com

Website-ul oficial www.visitoradea.com - platforma online a destinației Oradea, a fost lansată tot în anul 2020. Platforma a fost concepută ca un instrument de promovare, un loc care să invite turiștii și localnicii, pentru a se informa corespunzător, pentru a interacționa cu mesajele de brand și cu un conținut care încurajează dezvoltarea turismului în Oradea.

Platforma a fost lansată la finalul anului 2020 în limbile română și engleză, iar în anul 2021 au fost disponibile și versiunile de limba maghiară și germană. www.visitoradea.com poate fi accesat de pe desktop și de pe telefonul mobil.

Website-ul cuprinde informații despre:

- ✓ TOP 10 Oradea – cele mai atractive obiective turistice din oraș;
- ✓ Opțiunile de cazare din oraș: listare cu informații complete și link-uri către paginile oficiale ale hotelurilor și pensiunilor, pentru rezervări;
- ✓ Vacanțe recomandate pentru un sejur de 2, 4 sau 6 zile;
- ✓ Recomandări pentru trasee la pas;
- ✓ Proiectele în derulare la nivel de oraș;
- ✓ Istoria și geografia orașului;
- ✓ Obiective turistice, muzee și atracții;
- ✓ Cafenele, restaurante, shopping, sport, locuri de joacă sau opțiuni pentru activități outdoor și turism activ;



- ✓ Agenda de evenimente;
- ✓ Turismul de business;
- ✓ Alternative și atracții pentru familii cu copii;
- ✓ Informații utile: cazare, transport public, siguranță și sănătate, parcare.

Pentru atragerea publicului pe site, Visit Oradea a inițiat proiectul „Antreprenor la mine acasă”. Prin acest proiect Visit Oradea dorește să cunoască, alături de cititori, poveștile din spatele unor antreprenori orădeni de succes.

Obiectivele proiectului: Visit Oradea dorește să susțină antreprenorii din Oradea prin promovarea afacerilor locale, să prezinte poveștile antreprenorilor de succes din Oradea, să încurajeze tinerii să își dezvolte competențelor antreprenoriale și a abilităților de inițiere a afacerilor și totodată să aducă mai mulți vizitatori pe site-ul visitoradea.com.

Cum funcționează acest proiect? Visit Oradea pregătește o serie de 6 întrebări pe care le transmite antreprenorilor locali. În baza interviului se redactează un articol, care este publicat pe site-ul <https://www.visitoradea.com/ro/blog> și pe social media. Primul interviu s-a realizat cu fondatorii proiectului Piața9, Anca și Daniel Galea.

Proiectul va continua și în anul 2022.



7. Preluare în administrare Cetatea Oradea

Începând cu luna iulie 2021 APTOR a preluat în administrare Cetatea Oradea, pe baza HCL 466/27.05.2021 și și-a mutat sediul administrativ în incinta cetății.

Cetatea din Oradea este în mod indiscutabil unul dintre cele mai însemnate monumente arhitectonice medievale târzii din Transilvania și de pe teritoriul întregii țări. Este locul în care istoria orașului Oradea se simte și se vede cel mai bine. Cetatea este deschisă din anul 2015 după un lung proces de restaurare al clădirilor, curții și podului. Lucrările continuă cu amenajarea curții interioare, a zidurilor și Bastioanelor.

Prin preluarea în administrare, APTOR are ca principal obiectiv popularea cetății astfel încât aceasta să devină:

- un veritabil centru comercial – prin magazine meșteșugărești și de design local;
- centru de afaceri – prin închirieri de spații de birouri pentru diverse industrii;
- centru IT – prin spațiul deja desemnat acestei industrii având deja ca parteneri IT HUB;
- centru gastronomic – prin restaurantele cu tradiție deja existente în incinta Cetății, Corsarul și Meridian 0, iar prin viitoarea investiție a cunoscutului restaurant orădean Piața 9 dar și prin închirierea altor spații care pot avea destinație de restaurant, pub, cafenea, bar sau vinotecă;
- un veritabil centru cultural atât prin prezența muzeului dar și prin evenimentele culturale desfășurate aici, de la festivaluri medievale și targuri până la seri de film și jazz petrecute pe iarbă în Parcul Cetății.

Odată cu preluarea Cetății, echipa APTOR și-a schimbat componența, adăugând o poziție de conducere nouă – cea de Director General, o poziție nouă de Administrator Cetate cât și departamentele operaționale necesare desfășurării noilor activități administrative.

Toate funcțiunile Cetății precum și restul reglementărilor au fost înglobate în Regulamentul de organizare și funcționare adoptat prin HCL în luna decembrie 2021.

Scopul final este ca și Cetatea Oradea să susțină creșterea numărului de vizitatori ai orașului dar și să eficientizeze cheltuielile administrative ale acesteia.

8. Centre de Vaccinare Oradea

În contextul creșterii numărului centrelor de vaccinare precum și datorită nevoii de a oferi alternative de vaccinare ușor accesibile pentru orădeni și nu numai, echipa APTOR a organizat deschiderea a două centre de vaccinare pe raza orașului Oradea:

Centrul de vaccinare de tip drive-through localizat în parcare Centrului Comercial Era Shopping City.

- Data deschidere centru drive-through 5 mai 2021;
- 4 circuite de vaccinare fără să fie nevoie ca persoana vaccinată sau conducătorul auto să coboare din autoturism;
- 3 circuite dedicate vaccinării cu Pfizer Biontech și 1 circuit cu Johnson & Johnson;

Centrul de vaccinare a fost realizat prin fondurile puse la dispoziție de către Primăria Oradea, echipa APTOR fiind responsabilă de construirea centrului de vaccinare, signalistică, respectarea normelor specifice centrelor de tip drive-through, găsirea de furnizori, prezența în perioada de pre deschidere, deschidere și monitorizare permanentă alături de medicii coordonatori.

Centrul de vaccinare a fost deschis în perioada 5 mai 2021 - august 2021.

De asemenea, s-a creat ghidul de vaccinare în cadrul centrului drive through (<https://bh.prefectura.mai.gov.ro/wp-content/uploads/sites/21/2021/05/Ghid-Centru-Drive-Through-Oradea.pdf>)





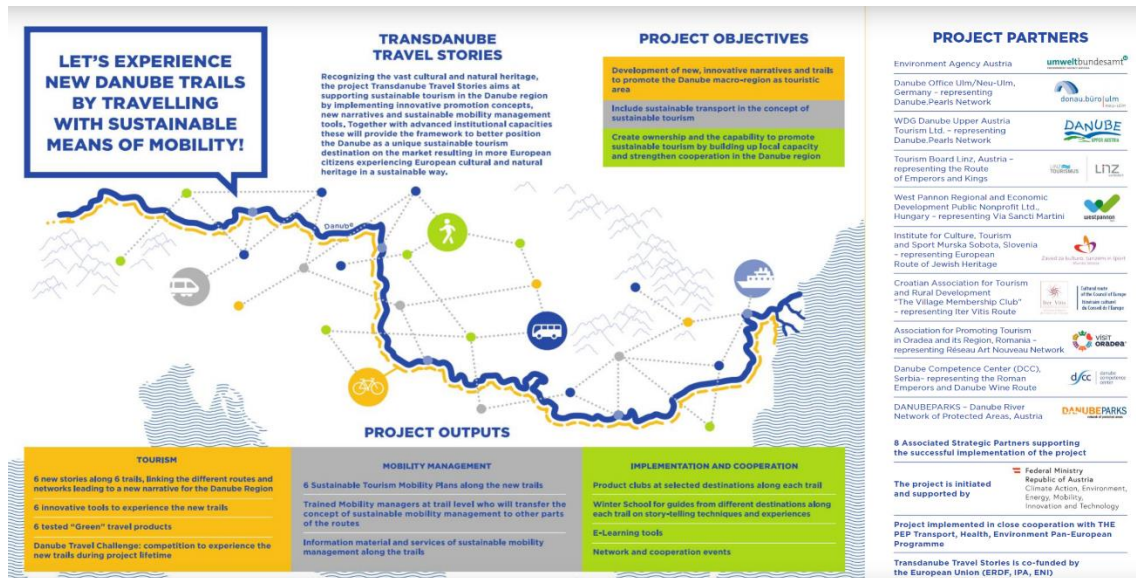
8.2. Centrul de vaccinare modular – Piața Emanuil Gojdu (Platou Centrul Civic Oradea)

- Deschidere centru vaccinare modular 15 mai 2020;
- Echipa APTOR a fost responsabilă de găsirea furnizorilor, de montarea celor 17 containere care formează centrul modular de vaccinare, racordarea la utilități, signalistică, mobilier, echipamente IT și electronice;
- Centrul modular de vaccinare a fost deschis cu 4 fluxuri de vaccinare Pfizer Biontech și 2 fluxuri de vaccinare Johnson & Johnson;
- Datorită localizării și popularității, centrul de vaccinare modular din Piața Emanuil Gojdu este în continuare funcțional.



Sursa – bihon.ro

9. Proiect finanțat prin Programul de Cooperare Transnațională Dunărea



Regiunea Dunării reprezintă o comoară vie prin biodiversitatea și frumusețea naturii. Deși există deja multe inițiative care se ocupă de conservarea și cercetarea acesteia, proiectul de față se axează pe turismul durabil ca o altă opțiune importantă de utilizare și conservare a acestui patrimoniu.

Recunoscând vastul patrimoniu cultural și natural, proiectul Transdanube Travel Stories „Sustainable mobility linking Danube Travel Stories” își propune să susțină turismul durabil în regiunea Dunării prin implementarea de concepte inovatoare de promovare și instrumente pentru planurile de mobilitate durabile, precum dezvoltarea de noi produse ca strategii de promovare a macroregiunii Dunării ca zonă turistică. Locațiile promovate singular nu atrag același număr de turiști, dar legarea unui șir de locații strategic selectate cu o poveste (de-a lungul unui traseu) creează o experiență care sporește interesul turistic. Integrarea instrumentelor pentru planurile de mobilitate durabile în structurile instituționale la nivel de rută și destinație vor crea un ecosistem accesibil și ușor de descoperit pentru turiști. Accesibilitatea și planificarea durabilă vor aduce o creștere a numărului de turiști și le va permite să experimenteze noile trasee prin utilizarea mijloacelor de transport ecologice.

Scopul implicării Visit Oradea în proiect, ca parteneri, este de a elabora instrumentele care să ajute la crearea poveștilor în experiențele/ traseele concrete și crearea legăturilor dintre bogăția naturală/culturală și viața modernă a oamenilor.

Eveniment: Mobility Management Training în cadrul proiectului TransDanube Travel Stories

Perioada: 3 zile, 28.09 – 30.09.2021

Locație: Dunasziget Ungaria, Bratislava – Slovacia.

Participanți: reprezentanți ai partenerilor din proiect din Austria, Ungaria, Germania, Croatia, Slovenia.

Scop: timp de 3 zile participanții au învățat și testat conceptul de Mobilitate urbană sustenabilă, precum și Turism sustenabil.



Eveniment: TransDanube Travel Stories – Partners Meeting si SCOM Meeting

Perioada: 2 zile, 28.10 – 29.10.2021

Locatie: Hainburg – Austria.

Participanți: Liderii de proiect si reprezentanți ai partenerilor din proiect, 20 persoane.

Scop: Partners Meeting – partenerii si-au prezentat activitatea pentru 2021 - trimestrul 2 si 3. Tot in cadrul acestei ședințe fiecare partener a prezentat Povestea de care este responsabil in cadrul proiectului, planul de mobilitate in cadrul destinațiilor si punctelor de interes, puncta slabe si puncte forte.

SCOM – prezentarea activității pe proiect pentru anul 2021, buget, previziuni, planificări activități dedicate pentru 2022.



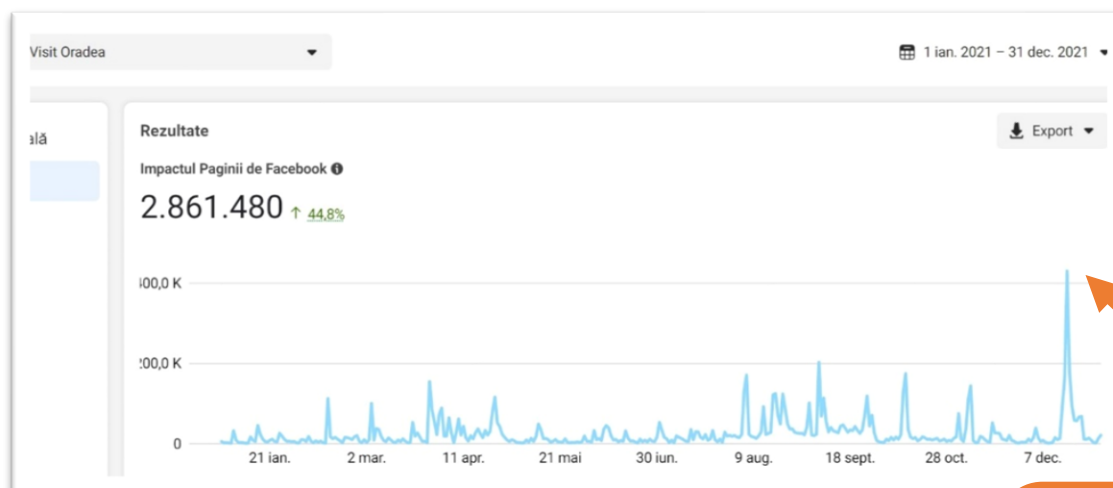
10. Visit Oradea – Indicatori de performanță în mediul online

- Buget de promovare alocat în 2021: 15.000 lei
- Principalele canale social media Visit Oradea sunt: Facebook, Instagram, Youtube și din 2021 și platforma Tik Tok.

FACEBOOK



Indicatori în 2019 și 2020

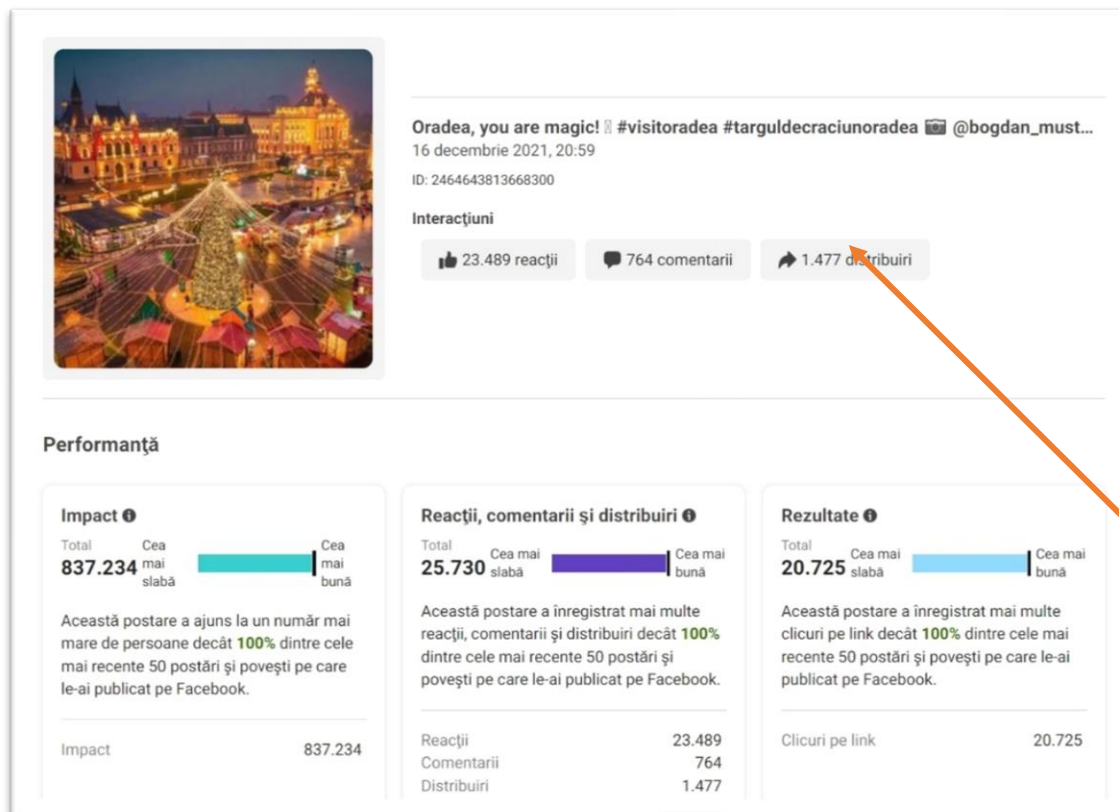


Indicatori impact în 2021

Se poate observa o **creștere semnificativă** de la 104.867 vârful utilizatori atinși/ zi în 2020 la 837.234 vârful utilizatori atinși/zi în 2021. Cu 732.377 utilizatori mai mulți decât în anul precedent.

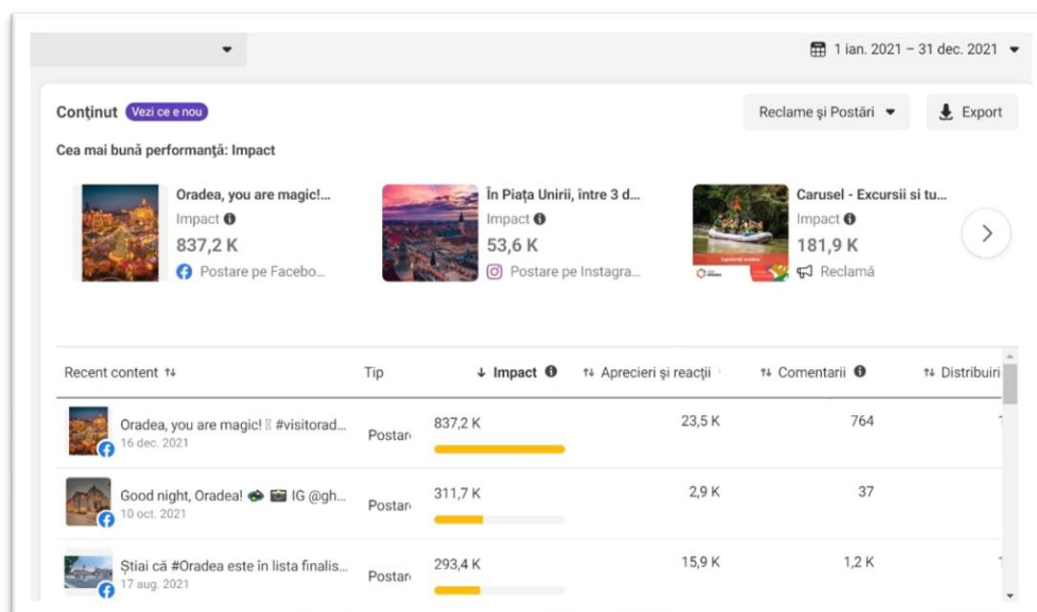
Peak reach 16
decembrie 2021

837.234 utilizatori
atinși **organic** într-o zi



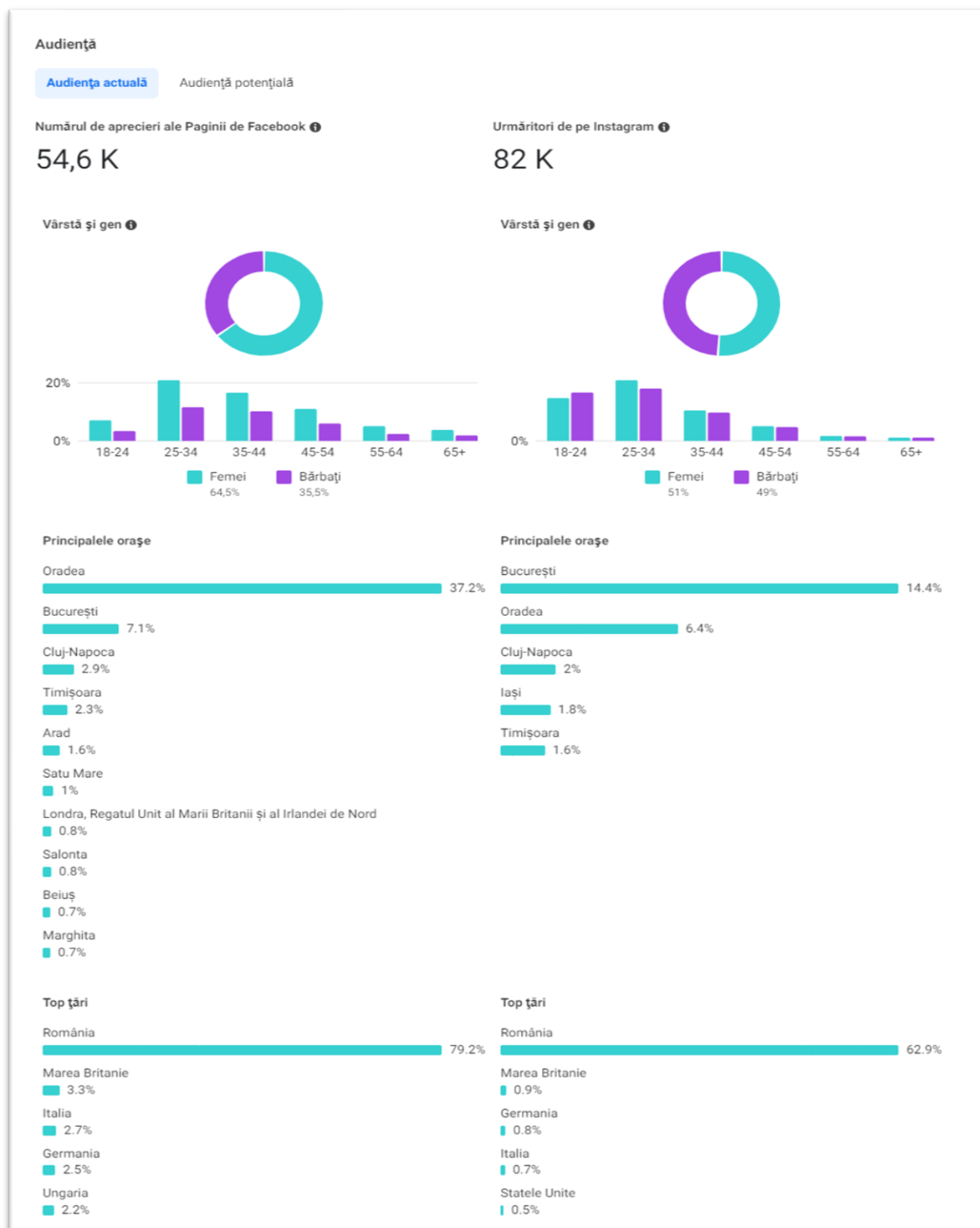
837.234
impact
23.489
reacții
764
comentarii
1.477
distribuiri

Rezultatele la cea mai apreciată imagine de pe pagina Facebook Visit Oradea în 2021
(837.234 impact, 23.489 reacții, 764 comentarii, 1.477 distribuiri)



Top 3 imagini cu cel mai bun impact în 2021

Date geografice și demografice ai următorilor conturilor Visit Oradea pe Facebook și Instagram în 2021:



(Sursa: Facebook @visitoradea, Facebook Insights, Facebook Business Manager)

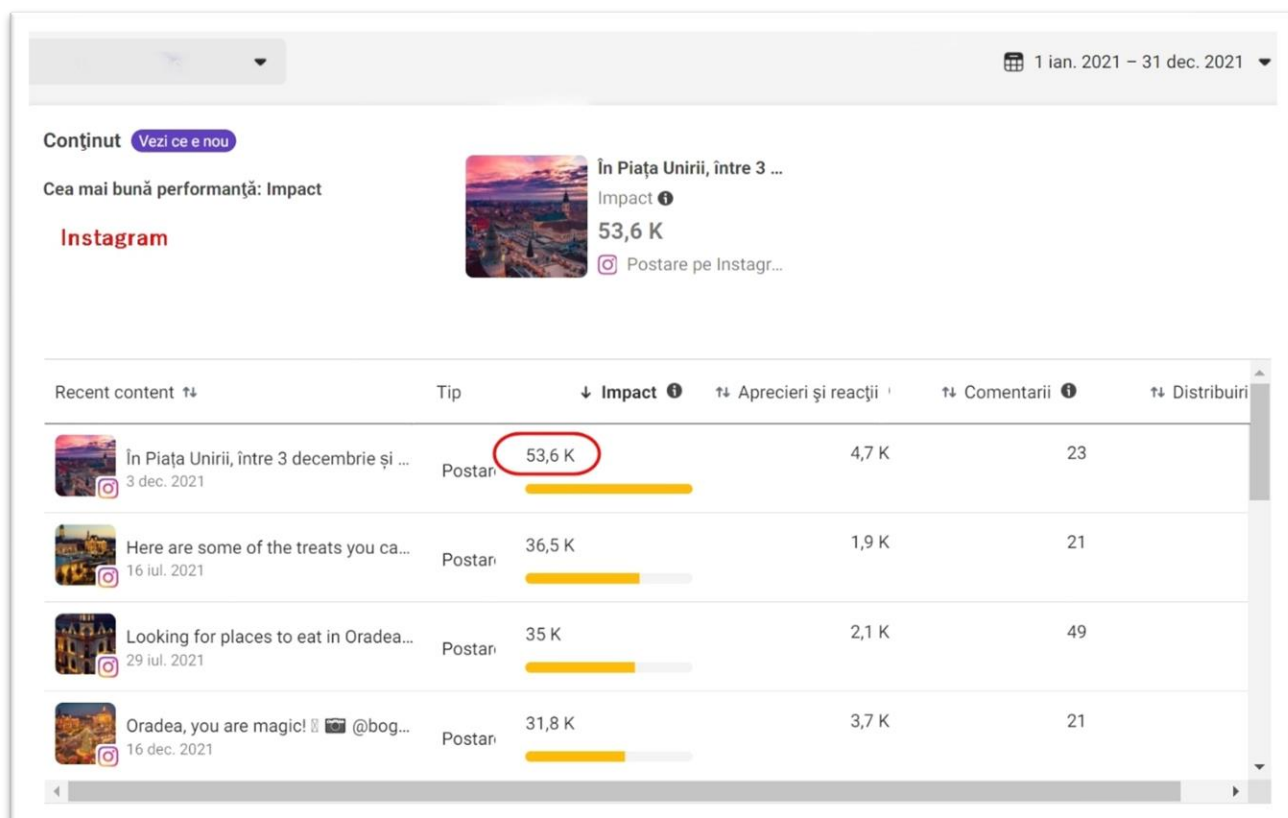
INSTAGRAM

Următorii: creștere 15.112 persoane, total 80.712 (2021) față de 65.600 (2020)

Postări: 1.107

Reach/audiență: media săptămânală 16.491

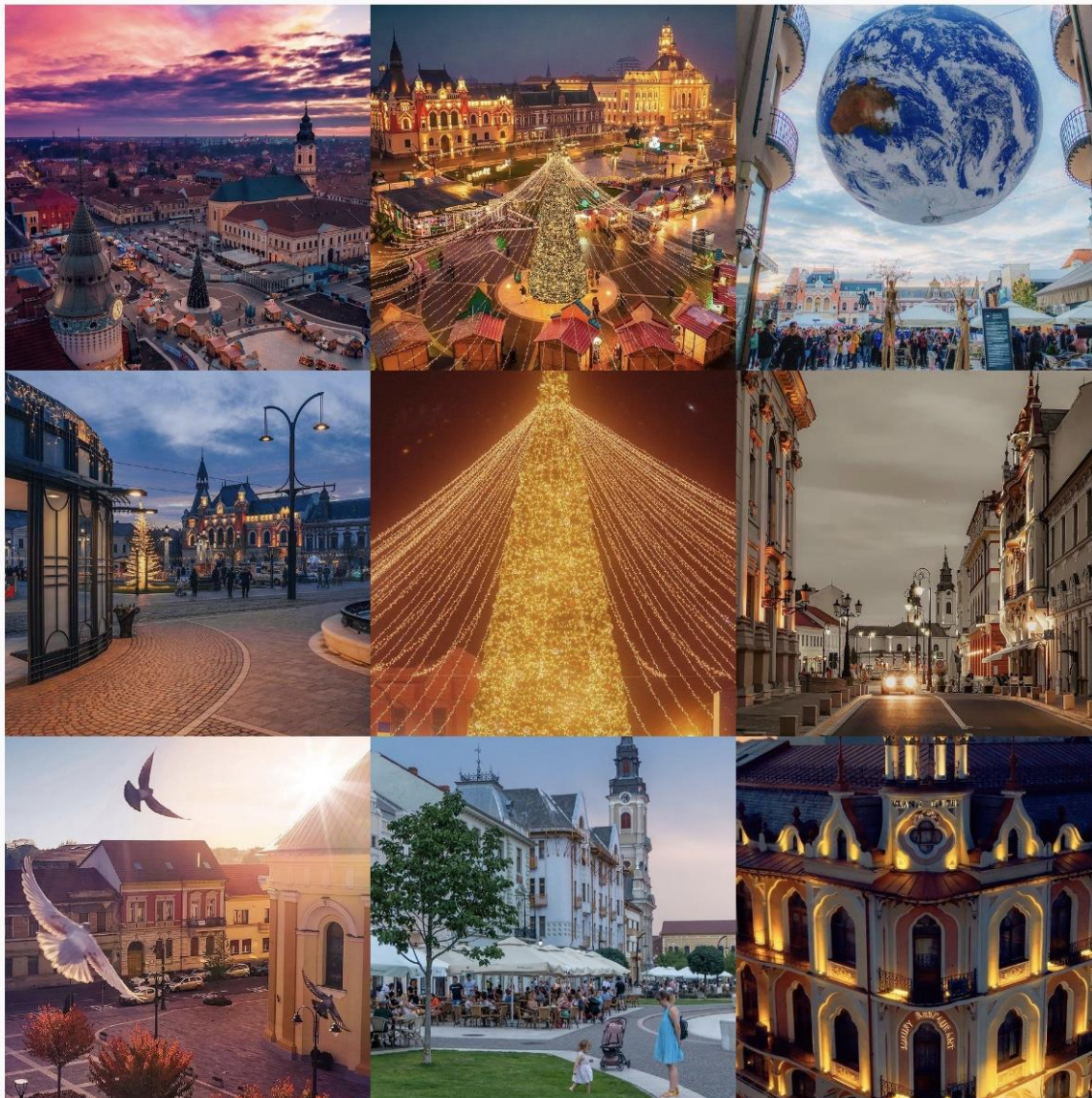
Total like-uri postări 2021: 176.207



Rezultate cele mai apreciate postări ale contului Visit Oradea pe Instagram în 2021

Peste 53.600 like-uri la postare

(Sursa: Instagram @visit_oradea, Instagram Insights)



❤️ **176,207 likes received on 142 posts**

2021 🎉

Top cele mai apreciate 9 imagini pe contul Instagram în 2021

Total like-uri acumulate în 2021 : 176.207

Total postări cont Instagram: 142

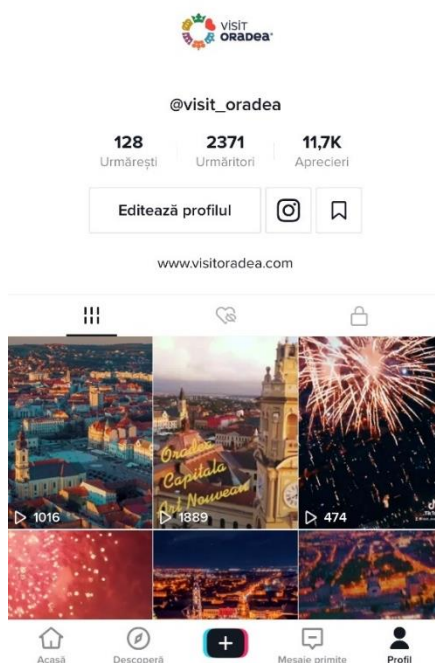
TIKTOK

Echipa Visit Oradea a luat în calcul statisticile publicate de TikTok Marketing când și-a creat contul oficial pe TikTok, dintre care enumerăm:

- TikTok este a șasea cea mai populară aplicație la nivel global, bazată pe numărul de utilizatori activi lunar.
- Utilizatorii TikTok acoperă 150 de țări din întreaga lume.
- În Europa de Est sunt: 42.6 milioane utilizatori, Europa de Nord: 28.2 milioane utilizatori iar în Europa de Sud: 30.4 milioane utilizatori
- TikTok este una dintre cele mai captivante aplicații de social media. În medie, utilizatorii petrec pe aplicație 45 minute/zi. Pe Instagram, userii petrec 28 minute/ zi iar pe Facebook 38 minute/ zi.

Sursă informații: TikTok Marketing Science US Holiday Shopping Behavior Custom Research 2020

Aceste statistici au însemnat un singur lucru – Visit Oradea și-a creat contul oficial, iar în februarie 2021 s-a postat primul clip de promovare al orașului. Până în 31 decembrie 2021, contul a adunat peste 2.371 urmăritori și peste 11.700 aprecieri.



YOUTUBE

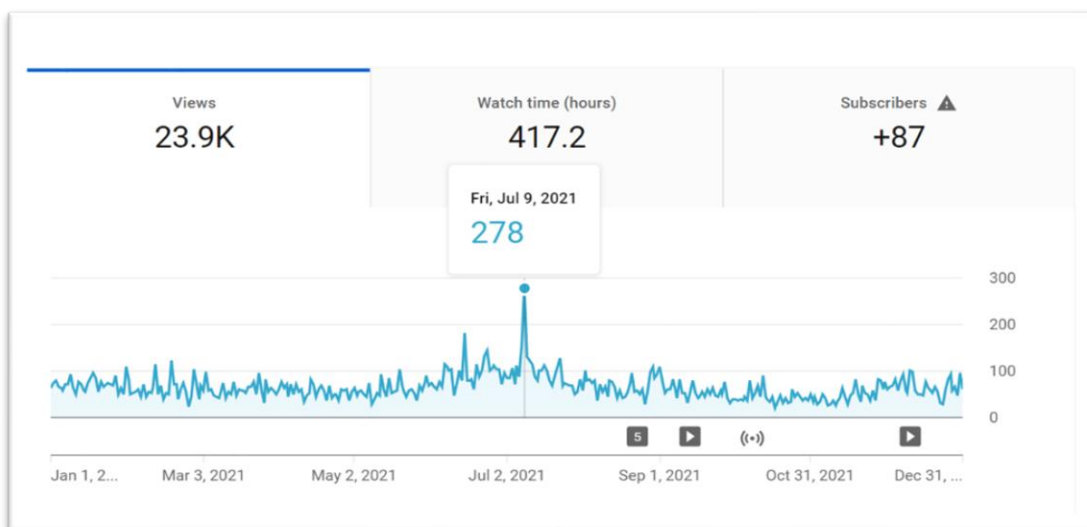
Abonați: 881 (2021) față de 794 (2020)

Videoclipuri: 108

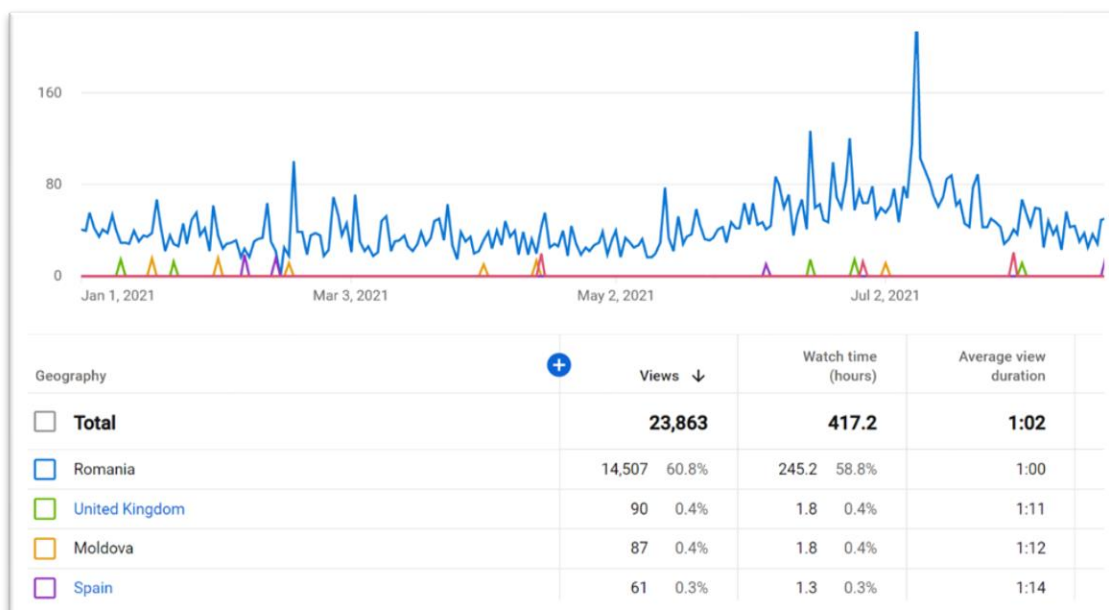
Vizualizări: 224.442

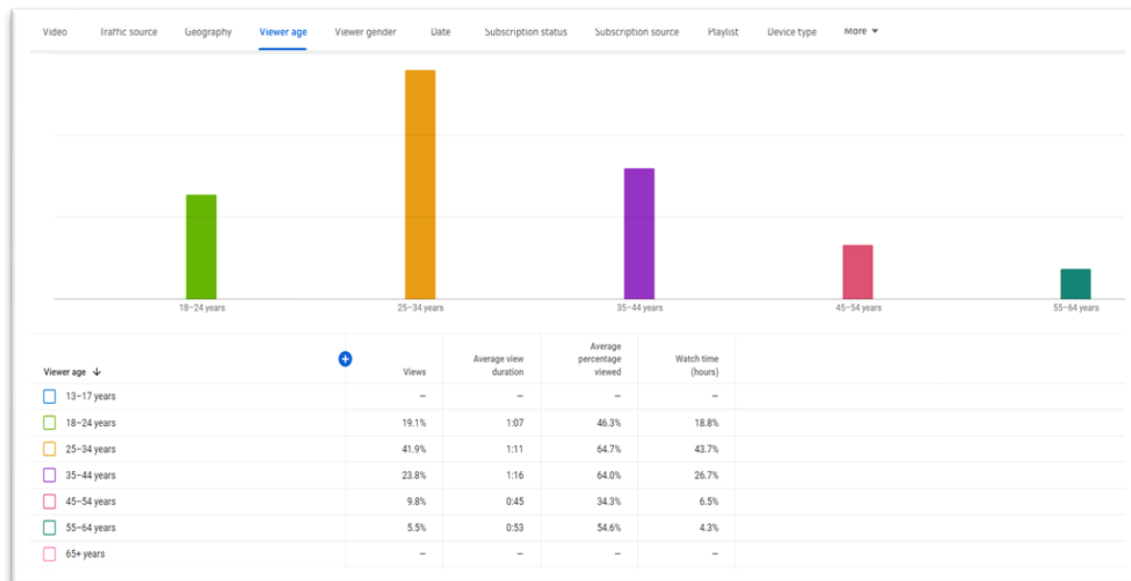
Durata de vizionare: 417,2 ore

Vârful vizitatori atinși pe contul YouTube în 2021: 278

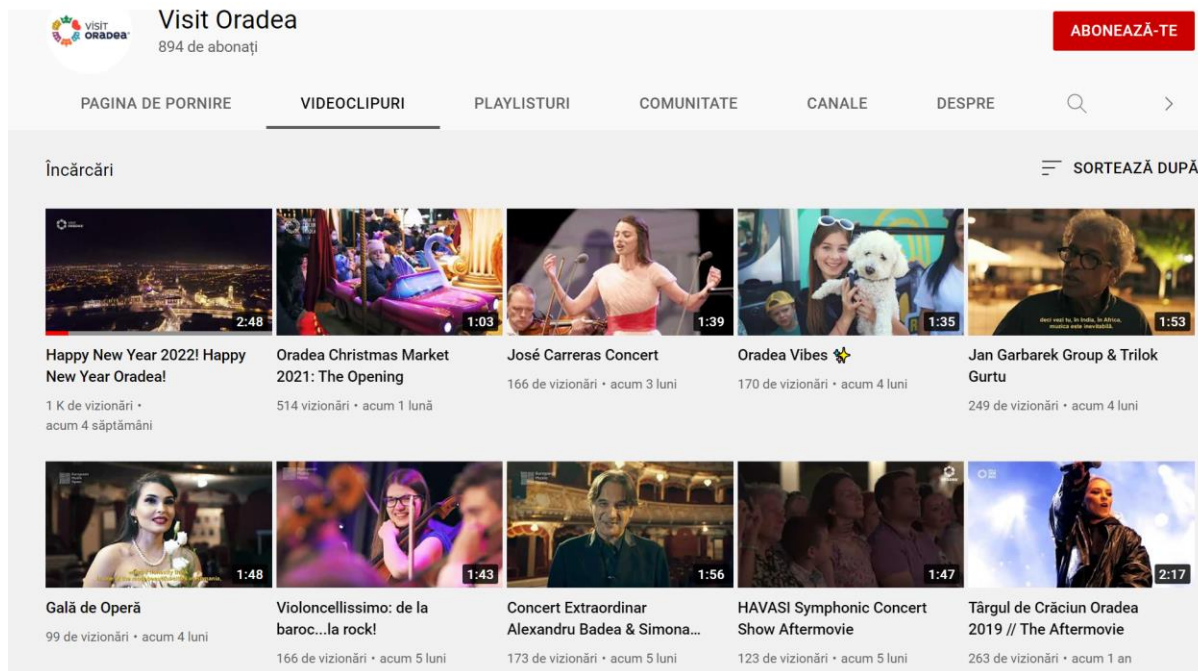


Date geografice abonați la contul Youtube Visit Oradea în 2021





Date geografice și demografice ai următorilor contului Youtube Visit Oradea în 2021



Visit Oradea
894 de abonați

ABONEAZĂ-TE

PAGINA DE PORNIRE VIDEOCLIPURI PLAYLISTURI COMUNITATE CANALE DESPRE

Încărcări

SORTEAZĂ DUPĂ

- Happy New Year 2022! Happy New Year Oradea!**
1 K de vizionări • acum 4 săptămâni
- Oradea Christmas Market 2021: The Opening**
514 vizionări • acum 1 lună
- José Carreras Concert**
166 de vizionări • acum 3 luni
- Oradea Vibes**
170 de vizionări • acum 4 luni
- Jan Garbarek Group & Trilok Gurtu**
249 de vizionări • acum 4 luni
- Gală de Operă**
99 de vizionări • acum 4 luni
- Violoncellissimo: de la baroc...la rock!**
166 de vizionări • acum 5 luni
- Concert Extraordinar Alexandru Badea & Simona...**
173 de vizionări • acum 5 luni
- HAVASI Symphonic Concert Show Aftermovie**
123 de vizionări • acum 5 luni
- Târgul de Crăciun Oradea 2019 // The Aftermovie**
263 de vizionări • acum 1 an

Videoclipuri încărcate în 2021 : 9

PORTOFOLIUL SOCIAL MEDIA – APTOR

TÂRGUL DE CRĂCIUN ORADEA

Nr. fani Facebook: 19.961

Nr. urmăritori Instagram: 2.144

ORADEA FESTIFALL

Nr. fani Facebook: 16.915

Nr. urmăritori Instagram: 1.345

ORADEA SUMMER FILM

Nr. fani Facebook: 3.770

Nr. urmăritori Instagram: 256

MEDIEVAL FESTIVAL ORADEA

Nr. fani Facebook: 7.475

Nr. urmăritori Instagram: 581

EUROPEAN MUSIC OPEN

Nr. fani Facebook: 2.805

FESTIVALUL COPIILOR ORADEA

Nr. fani Facebook: 1.220

TÂRGUL DE PAȘTI ORADEA

Nr. fani Facebook: 1.858

Nr. urmăritori Instagram: 169

ZILELE CULTURII MAGHIARE ORADEA

Nr. fani Facebook: 648

11. Evenimente

Calendarul de evenimente previzionat pentru anul 2021 a inclus 31 de evenimente publice, unele dintre ele deja consacrate precum Festivalul medieval, Oradea Festifall sau Târgul de Crăciun, iar alte evenimente inedite, precum Concertul Jose Carreras. Pandemia de coronavirus a îngreunat organizarea evenimentelor și de multe ori a făcut imposibilă organizarea acestora. Cu toate acestea am organizat sau am fost parteneri la 20 evenimente.

1. Ziua Copilului (organizatori)- 1 iunie
2. Xman Romania (parteneri) -6 iunie
3. Ziua Mondială Art Nouveau (parteneri) -12-13 iunie
4. Zilele Sfântului Ladislau (parteneri) - 21-27 iunie
5. Târgul de carte Gaudeamus (parteneri)-7-11 iulie
6. Street Delivery Oradea (parteneri) – 18-20 iunie
7. Oradea Art & Sound (organizatori)- 19-20 iunie
8. Caravana ZU (parteneri)- 23 iulie,
9. Street Food Festival (parteneri) 22-25 iulie
10. Concert Vama (parteneri)- 1 august
11. Concurs internațional de atelaje Oșorhei 6-8 august
12. Suflet românesc- atunci și acum - 13 august
13. Zilele Culturii Maghiare si Carnavalul Florilor (organizatori)- 20-22 august
14. Caravana TVR 3, TVR Cluj, TVR Internațional – 25 august
15. European Music Open, (organizatori) - 23-29 august
16. Concert Jose Carreras, (organizatori) - 6 septembrie
17. TIFF Oradea, (co-organizatori) - 16-19 septembrie
18. Târgul de Crăciun, (organizatori) 3-26 decembrie
19. Orașul Faptelor Bune, (co-organizatori) 16-22 decembrie
20. Artificii Revelion, (organizatori) - 31 decembrie

1. Ziua Copilului, (organizatori)

Data: 1 iunie

Cu ocazia zilei de 1 iunie cele mai simpatice personaje din poveștile copilăriei și-au dat întâlnire pentru a sărbători Ziua Internațională a Copilului. Artiștii instituțiilor de cultură din Oradea au pregătit pentru cei mici un program colorat, cu spectacole de teatru, magie, baloane colorate și muzică din desene animate.

Ziua Copilului a fost sărbătorită în mai multe locații:

- Cetatea Oradea – curtea Palatului Princiar
- Sala Mare a Teatrului „Regina Maria”
- În Biharia, jud. Bihor
- Strada Republicii (co-organizator: Asociația Ovisuli)

Organizatori: Primăria Municipiului Oradea, Visit Oradea, Teatrul Regina Maria, Teatrul Szigligeti, Filarmonica de Stat Oradea.



2. Xman Romania, (parteneri)

Data: 6 iunie

După o pauză de un an, provocată de pandemie, județul Bihor a găzduit din nou, campionatul internațional de triatlon pe distanță lungă, AROBS X-Man România 2021. Competiția a avut două trasee de lungimi diferite: Full Ironman, care presupunea 3.800 m înot, 180 km ciclism și 42,2 km alergare, respectiv Half Ironman, în care distanțele erau înjumătățite.

Timpul limită pentru parcurgerea probelor a fost de 16 ore. Startul probei de înot pentru distanța lungă s-a dat de dimineața la ora 7, la lacul de acumulare de la Fughiu. După proba de înot, concurenții au trecut la proba de ciclism pe traseul Fughiu-Husasău de Criș-Ineu-Botean-Bălaia, pe un traseu de 17 km închis circulației rutiere. Sportivii au parcurs bucla de 10 ori, după care au revenit la Oradea în alergare pe traseul Fughiu – Podgoria - Oradea pentru ultima etapă. Proba de alergare s-a desfășurat în centrul orașului, pe traseul: Parcul 1 Decembrie - str. Vasile Alecsandri - Piața Unirii. Finishul competiției a avut loc în centrul competițional din Piața Unirii.

La eveniment au participat peste 360 de sportivi din țară și din străinătate (Belgia, Germania, Cipru, Moldova, Slovacia și Suedia).

Concursul a fost organizat de asociația Clubul Sportiv Xterra Sport Bihor în parteneriat cu Federația Română de Triatlon și este susținut de Visit Oradea, respectiv sprijinit de Primăria Municipiului Oradea, Consiliul Județean Bihor, Poliția Rutieră și Jandarmeria Oradea.



3. Ziua Mondială Art Nouveau, (parteneri)

Data: 12-13 iunie

Oradea se alătură în fiecare an orașelor europene în celebrarea Zilei Internaționale Art Nouveau, prin organizarea unor evenimente inedite, menite să promoveze specificul #ArtNouveau în rândul comunității locale și a turiștilor care ne vizitează.

Fundația de Protejarea a Monumentelor Istorice din Județul Bihor alături de Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea au pregătit o serie de evenimente pentru a sărbători Ziua Mondială Art Nouveau (10 iunie) în zilele de 12 și 13 iunie. Acestea s-au desfășurat pe str. Vasile Alecsandri și în zona Pasajului Vulturul Negru, unde au fost amplasate instalații 3D din pânze imprimate cu decorațiuni zoomorfe. Activitățile au fost gândite atât pentru copii, cât și pentru publicul adult.



4. Zilele Sfântului Ladislau, (parteneri)

Data: 21-27 iunie

Zilele Sfântului Ladislau 2021 au luat startul, în mod oficial, luni, 21 iunie, de la ora 19:00, cu Gala festivă de Deschidere, eveniment care a avut loc la Teatrul Szigligeti Oradea.

În cadrul Galei Operei au fost interpretate lucrări semnate de Vincenzo Bellini, Charles Gounod, Kodály Zoltán, Wolfgang Amadeus Mozart, Amilcare Ponchielli, Giacomo Puccini, Giuseppe Verdi. Artiști: Antóni Norbert, Dargó Gergely, Donkó Annamária, Donkó Imre, Grega Csaba, Janovicz Zsófia, Kuczmozg Klaudia, Molnár Anna, Nagy Kíra, Rendes Ágnes, Szilágyi Szilvia, precum și Corul Teatrului Csokonai și instrumentiștii Filarmonicii Kodály. Dirijorul corului: Gyülvérszi Péter. Dirijorul serii: Ács János.

Pe parcursul perioadei 21-27 iunie, Zilele Sfântului Ladislau 2021 s-a sărbătorit cu peste 70 de momente artistice în peste 10 locații din Oradea. Concerte de muzică – de la rock la muzică veche, expoziții de artă – în săli, dar și pe stradă, proiecții de film în aer liber, tururi tematice ghidate în oraș, activități pentru copii și pentru familii – toate au umplut de viață Cetatea Oradea, bisericile, piețele și parcurile.

Evenimentul Zilele Sfântului Ladislau 2021 a fost susținut de: Fondul Național Cultural (Ungaria) și Primăria Municipiului Oradea, prin Visit Oradea, sponsor oficial OTP Bank România, iar sponsor principal MOL România.



5. Târgul de carte Gaudeamus, (parteneri)

Data: 7-11 iulie

Cea mai cunoscută și mai îndrăgită serie de târguri de carte din țara noastră, Gaudeamus Radio România, în anul 2021 a revenit la formula clasică de derulare, adaptată însă la normelor legale în vigoare. Evenimentul a avut loc în Piața Unirii, în perioada 7 – 11 iulie, și a fost găzduită în mai multe pavilioane expoziționale deschise.

De asemenea, evenimentul s-a desfășurat în premieră, într-o formulă hibridă. Cele 40 de standuri din incintă au fost dublate de standuri virtuale, găzduite pe site-ul www.gaudeamus.ro. Expozanții care nu au putut participa la târg fizic, au avut ocazia să admire standurile online.

Evenimentul a fost organizat de Radio România, prin echipa Gaudeamus și Radio România Cluj Napoca, cu sprijinul Asociației pentru Promovarea Turismului din Oradea și Regiune.



6. Street Delivery Oradea, (parteneri)

Data: 18-20 iunie

Ediția a II-a a evenimentului manifest Street Delivery Oradea a avut loc în 3 locații din Oradea: Parcul Petőfi Sandor, malul stâng al Crișului Repede, între podul Centenarului și podul Decebal și Parcul Libertății.

Street Delivery, este un eveniment care se desfășoară la nivel național, a avut prima ediție în Oradea în 2019, și s-a numit Citadel Delivery, desfășurându-se în Cetate. Conceptul care stă la baza acestui eveniment este redarea spațiului public cetățenilor pentru a-l face mai frumos și mai prietenos într-un oraș care își dorește să se dezvolte pentru oameni și prin oameni.

În perioada 18-20 iunie, Street Delivery și-a propus să transforme tot orașul într-un loc de joacă: s-au adunat peste 30 de ateliere și proiecte artistice, arhitecturale, teatrale, de mediu și sport pentru tineri, copii și adulți, în cele 3 locații.

Street Delivery Oradea a fost organizat de către Cărturești cu sprijinul Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea alături de Administrația Bazinală a Apelor Crișuri și Fundația Comunitară Oradea.



7. Oradea Art & Sound, (organizatori)

Data: 19-20 iunie

Cetatea Oradea a găzduit în weekendul 19-20 iunie evenimentul „Oradea Art & Sound”, unde mai mulți artiști și muzicieni locali au susținut spectacole de teatru, de dansuri populare și concerte.

„Oradea Art & Sound” a fost organizat în urma unui parteneriat între municipalitatea orădeană, prin Visit Oradea și instituțiile de cultură locale, aflate în subordinea Consiliului Județean Bihor.



8. Caravana ZU (parteneri)

Data: 23 iulie

În perioada 18 – 30 iulie, Daniel Buzdugan, Mihai Morar și echipa de la matinalul Radio ZU au străbătut România cu o caravană de autorolote și au realizat matinalul din mai multe orașe ale României. Echipa a realizat zece ediții „Morning ZU”, live, din nouă orașe diferite, dar au transmis online pe tot parcursul drumeției, trecând astfel în agendă mult mai multe orașe și localități din țară.

Campania estivală numită „Radioaventura” a pornit de la Constanța și în 23 iulie a ajuns și la Oradea de unde au realizat una dintre cele zece ediții live „Morning ZU”.



9. Street Food Festival, (parteneri)

Data: 22-25 iulie

După un an de pauză, între 22 și 25 iulie, orădenii a avut din nou ocazia să se răsfete la o nouă ediție a celebrului festival culinar. Conceptul evenimentului din 2021 an a fost Yummy & Yay, și a promis o colecție mare de experiențe, atât culinare cât și legate de activități distractive sau de programul artistic. Alături de artiști, truck-urile au fost și ele vedetele festivalului, așa cum e normal la Street FOOD Festival.

Organizatorii promit un mix impresionant de arome specifice bucătăriei internaționale și o gamă largă de băuturi reci, ideale pentru serile de weekend din mijlocul verii.

Proiectul a fost realizat de Why Not & Flavours cu sprijinul Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea.



10. Concert Vama, (parteneri)

Data: 1 august

Oradea a primit trupa Vama pentru un concert memorabil, un concert care a făcut parte din cel mai mare turneu național din 2021 din România, *VAMA Neconvențional*. Locația aleasă de trupă a fost Cetatea din Oradea.

Vama a concertat, duminică, 01 august începând cu ora 21:00, însă fanii trupei au fost invitați începând cu ora 16:00 să participe și la activitățile conexe care s-au desfășurat în perimetrul evenimentului. Cei care au venit în Cetate au putut să petreacă timpul într-o atmosferă de vacanță: cafea de specialitate, mâncare gustoasă, cărți, târguri diverse, open sound-check Vama, discuții cu formația adresate celor care vor să înceapă o carieră în muzică și diverse expoziții.



Tudor Chirilă, solist VAMA: „Oradea a fost mereu pentru noi o destinație unde am întâlnit un public foarte cald, un public care ne-a primit mereu cu brațele deschise.”

Evenimentul a fost organizat de Agenția de Vise. Partenerii media fiind PRO TV Plus, Voyo, KISS FM și REPUBLICA, iar comunicarea este asigurată de agenția The Plan Communication. În Oradea, evenimentul a fost sprijinit de Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea.

11. **Concurs internațional de atelaje, Oșorhei**
(parteneri)

Data: 6-8 august

Timp de trei zile, pasionații hipismului și iubitorii de cai au avut ocazia să se bucure de un spectacol ecvestru la cel mai înalt nivel de performanță. Cai extrem de valoroși, antrenați pentru competiții de anvergură au fost înscriși în concursul care presupune trei probe: dresaj, maraton și obstacole.

La competiția clasificată la 3 stele au luat startul 37 de atelaje dintre care 15 cu patru cai și 22 cu doi cai. Printre participanți s-au numărat și comenșii Echipei Naționale a României la 2 și 4 cai, respectiv competitori din Ungaria, Austria, Elvetia, Franța, Germania și România.



Primăria Comunei Oșorhei vă invită la
CONCURSUL INTERNAȚIONAL DE ATELAJE CU 2 CAI ȘI 4 CAI

Oșorhei, Pășunea Berkes
6 - 8 august 2021

Competiți:
CAI3 - H2
CAI3 - H4 WCupQ

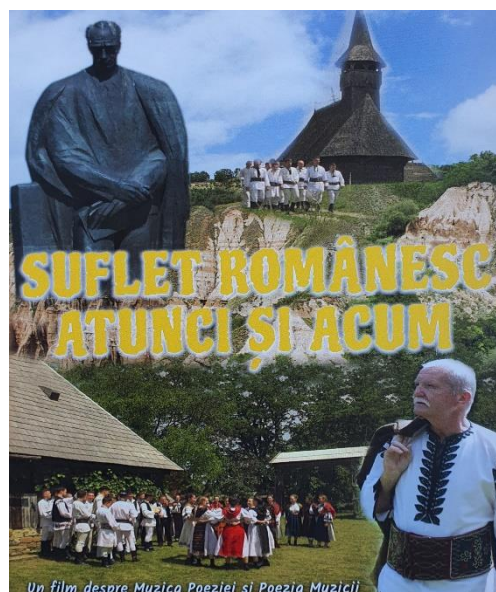
Program:
6 august, de la ora 11:00 - proba de dresaj
7 august, de la ora 11:00 - proba de maraton
8 august, de la ora 11:00 - proba de obstacole

Logos: MTS, FER, visit ORADEA, Cuc Agrocompany, Neofan, aground, SPIELMANN, Cesal, C O L O R C I T Y P I, ERPAL cons.

12. **Spectacol „Suflet românesc, atunci și acum”,**
(organizatori)

Data: 13 august

Spectacolul „Suflet românesc, atunci și acum” a avut loc vineri, 13 august, la ora 20 în Cetate Oradea. Prima parte a cuprins un concert susținut de Ansamblul Icoane, alături de Trio transilvan (cetera, contra, gorduna), sub conducerea maestrului Ovidiu Bartaș, de actorul Ioan Josan și de solistul Ioan Bocșa. De la ora 21, a avut loc proiecția poemului cinematografic „Suflet românesc, atunci și acum”.



Spectacolul s-a realizat cu sprijinul Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea.

13. Zilele Culturii Maghiare si Carnavalul Florilor, (organizatori)

Data: 20-22 august

Cea mai mare comunitate locală după majoritatea românească este cea maghiară, care reprezintă aproximativ 25% din totalul populației orașului. În fiecare an, Visit Oradea cu sprijinul Primăriei Municipiului Oradea dedică un eveniment acestei comunități, eveniment prin care sunt promovate tradițiile, specificul și istoria comună pe care o împărtășim.

Ediția 2021 a Zilelor Culturii Maghiare a fost programată în perioada 20-22 august, în 2 locații: Cetatea Oradea și Piața Unirii. Programul ediției a cuprins concerte în aer liber, un spectacol de stand-up comedy și Târgul meșterilor populari din Valea Ierului.

De asemenea, la fel ca în fiecare an, în data de 21 august, am întâmpinat celebrele care alegorice cu flori în Piața Unirii. Evenimentul a fost realizat cu sprijinul Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea.



14. Caravana TVR 3 - Oradea, (co-organizatori)

Data 21 august

Pentru a doua oară în ultimii ani în Oradea, Caravana TVR 3 a oprit în Piața Unirii din Oradea pentru a transmite în direct, vreme de 2 ore, alături de invitați ale principalelor instituții administrative și de cultură din Oradea și Bihor, cele mai importante realizări din ultimii ani. Visit Oradea a fost co-organizatorul acestui eveniment organizat în colaborare cu TVR Cluj.

15. European Music Open, (organizatori)

Data: 26-29 august

European Music Open, ediția a V-a, din perioada 26-29 august, a oferit oportunitatea întâlnirii orădenilor cu excelențe ale tinerei generații de muzicieni, prin patru concerte susținute în Oradea. Piața Unirii și Teatrul Regina Maria au fost împodobite de concerte superbe și un public nemaipomenit. Evenimentul a fost realizat cu sprijinul Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea.

Data: 27 august, ora 21:00, Locație: Teatrul Regina Maria

Alexandru Badea, unul dintre cei mai apreciați soliști de operă ai generației sale, a urcat pe scena European Music Open alături de Simona Strungaru. Symphonics, soprana Maria Rădeanu, trompetistul Sebastian Burneci și Corul de Copii al Liceului Greco-Catolic Iuliu Maniu.

Data: 28 august, ora 21:00, Locație: Teatrul Regina Maria

„De la Baroc la... Rock!” - un concert-eveniment susținut de Violoncellissimo, unul dintre cele mai vestite ansambluri camerale românești din ultimii 15 ani, alături de maestrul Marin Cazacu. În ultimii ani, ansamblul Violoncellissimo a susținut concerte în cadrul a unor importante evenimente culturale din România și străinătate, dintre care amintim: Concert cu ocazia aniversării a 140 de ani de la nașterea lui Constantin Brâncuși, Ziua Culturii Naționale, Gala premiilor UNITER și Hope Concert 2016.

Data: 29 august, ora 21:00, Locație: Teatrul Regina Maria

Gală de operă - Excelențe ale tinerei generații de muzicieni

Dirijor: Radu Popa , Soliști: Maria Rădeanu - soprană, Camelia Cuzub - mezzosoprană

Andrei Petre - tenor, Alin Munteanu - bariton, Alexandru Matei – bas , Constantin Pastramă – tenor, Orchestra și corul Filarmociei de Stat Oradea, Dirijorul corului – Lászlóffy Zsolt.

Data: 31 august, ora 21:00, Locație: Piața Unirii Oradea
Jan Garbarek, muzicianul norvegian nominalizat la Premiile Grammy, considerat unul dintre cei mai importanți saxofoniști ai momentului, a urcat pe scena European Music Open alături de trei muzicieni remarcabili: Trilok Gurtu - percuție, Rainer Brüninghaus - pian și Yuri Daniel - bass. Un concert de jazz de excepție, în încheierea celei de-a cincea ediții European Music Open.

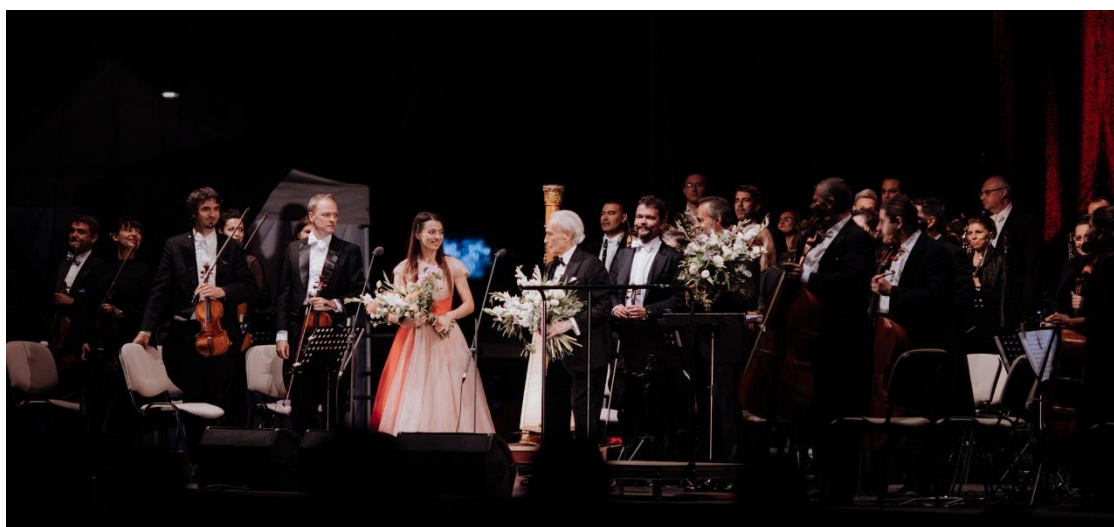


16. Concert Jose Carreras, (organizatori)

Data: 6 septembrie

José Carreras a concertat în Piața Unirii din Oradea în 6 septembrie, de la ora 20:00. Alături de renumitul tenorul de origine catalană, pe scenă a urcat Laura Bretan, soprana de origine română, câștigătoarea concursului Români Au Talent; în 2016. Cei doi au fost acompaniați de Filarmonica de Stat Oradea, sub bagheta dirijorului David Giménez.

Evenimentul a fost organizat de Primăria Municipiului Oradea, Consiliul Județean Bihor și Visit Oradea.

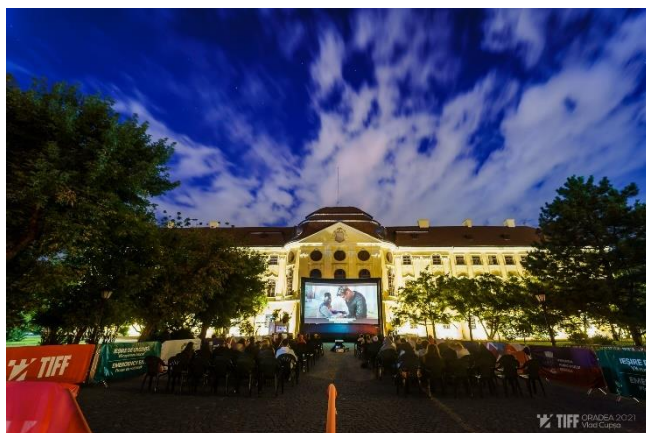


17. TIFF Oradea (co-organizatori)

Data: 16-19 septembrie

Festivalul Internațional de Film Transilvania a revenit pentru cel de-al patrulea an consecutiv în Oradea în perioada 17-19 septembrie. Cele mai apreciate filme prezentate în 2021 la ediția aniversară TIFF – producții românești și maghiare, titluri internaționale, dar și un program generos de povești pentru cei mici, s-a putut admira pentru prima dată la Oradea, în prezența unui număr record de invitați speciali.

Ediția din acest an a fost deschisă de cel mai nou film semnat de Horațiu Mălăele, „Luca”. Spectatorii prezenți la eveniment au avut ocazia să-i întâlnească în Piața Unirii din Oradea pe Istvan Teglás și Andi Vasluianu, doi dintre protagoniștii thriller-ului psihologic desfășurat între București și New York City. Timp de trei zile, filmele care s-au aflat în topul preferințelor publicului la TIFF 2021 au fost proiectate pentru prima dată la Oradea.

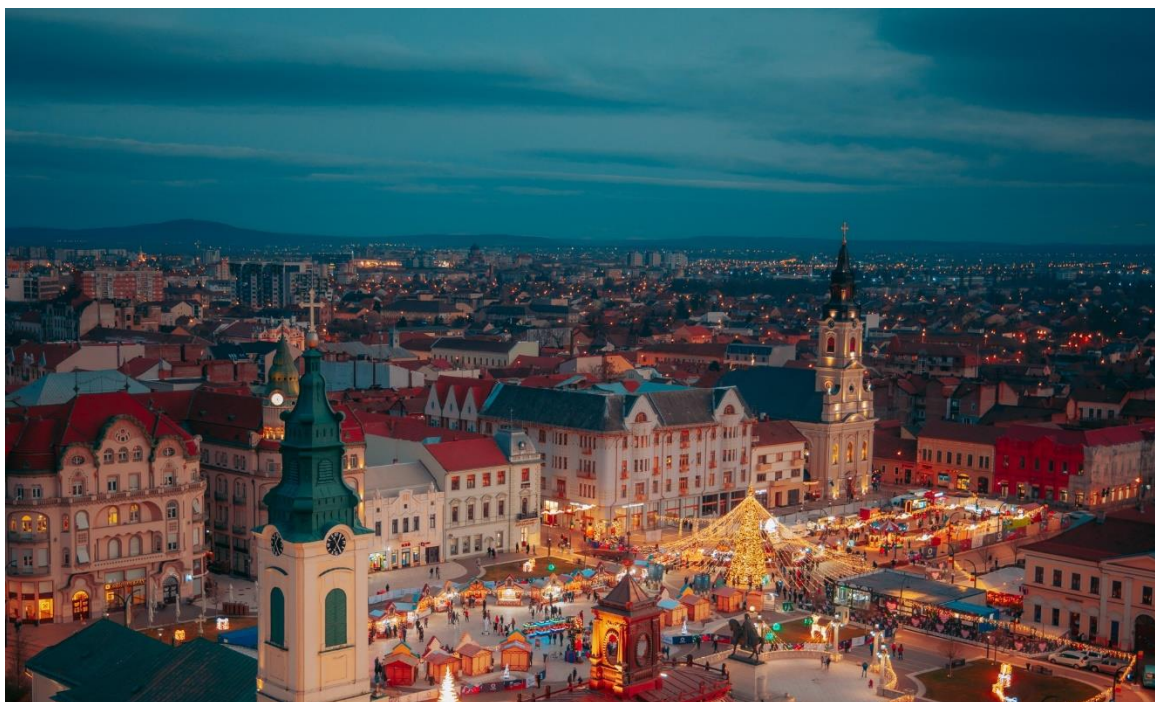


18. Târgul de Crăciun (organizatori)

Data: 3-26 decembrie

În perioada 3 decembrie 2021 - 26 decembrie 2021, orădenii au avut ocazia să se bucure din nou de magia sărbătorilor de iarnă, la Târgul de Crăciun Oradea. Căsuțele cu bunătați, dulciurile ca-n copilărie, decorațiuni și cele mai frumoase cadouri de Crăciun – i-au așteptat pe cei mici și mari în Piața Unirii. Evenimentul a fost realizat de Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea.

Concertele de colinde au înfrumusețat și mai mult serile de la târg. În vederea concertelor de colinde, Visit Oradea a colaborat cu o parte din instituțiile subordonate ale Consiliului Județean Bihor și cu alte ansambluri folclorice: Trupa „Arcadia”, Teatrul de Stat pentru Copii și Tineret Arcadia Oradea, Trupa „Liliput”, Corul Filarmonicii de Stat Oradea Teatrului Szigligeti Oradea, Ansamblul de dans profesionist „Nagyvárad” al Teatrului Szigligeti din Oradea, Ansamblul „Alunul”, Grupul vocal „Rodica Nemeș”, reprezentanți ai comunității Slovace din județul Bihor și Sălaj, Grupul „Vivere” Oradea, Ansamblul folcloric „Muguri și mlădițe de tezaur” al Casei de Cultură Beiuș, Liceul de Artă Oradea, Ansamblul “Codrenii Bihorului” – Roșia, Grupul „Vivere” Oradea.



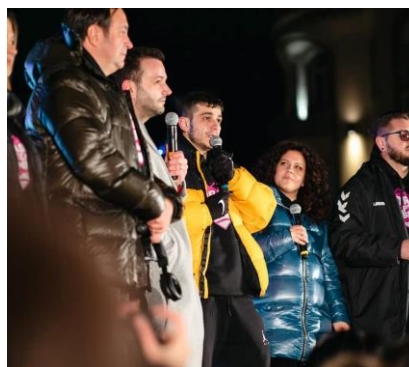
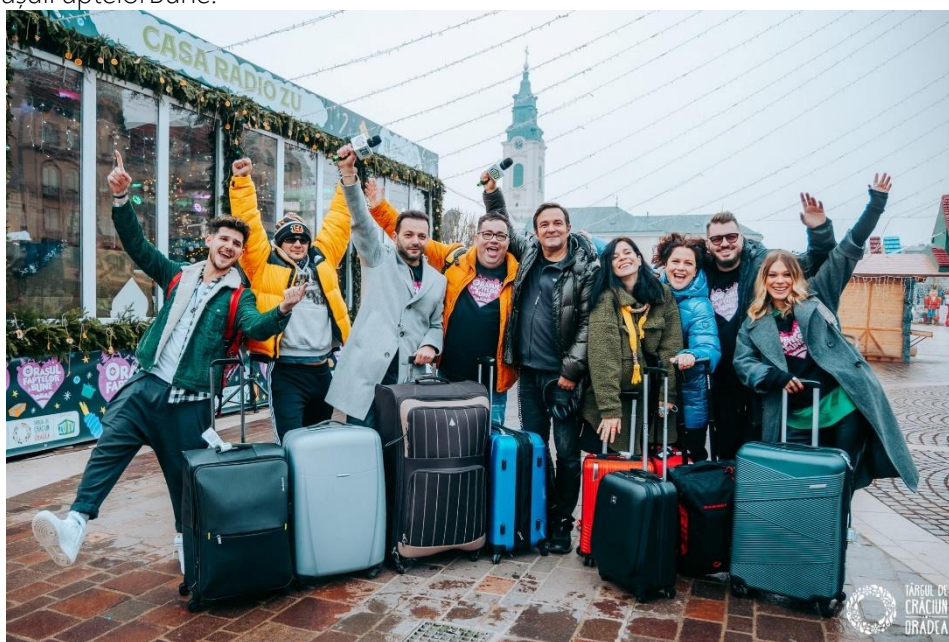
19. Orașul Faptelor Bune (co-organizatori)

Data: 16-22 decembrie

Oradea a redevenit #OrașulFaptelorBune. 7 zile și 7 nopți, Radio ZU a transmis LIVE din Piața Unirii. 9 dintre DJ-ii Radio ZU, Mihai Morar, Daniel Buzdugan, Emma Ștefan, Tea Teodorescu, Adi Mihăilă „The Hitman”, Raluca Benavides, Răzvan Popescu, Cuza și Vlad Drăgulin au locuit timp de o săptămână, 24 din 24 de ore, în Casa Radio ZU, o casă de sticlă, special construită în Piața Unirii.

Cu ajutorul unor oameni minunați în ediția 2021 s-a strâns suma record de 826.219 euro.

Radio ZU și Visit Oradea, cu sprijinul Primăriei Municipiului Oradea, au construit #OrașulFaptelorBune.



20. Artificii Revelion 2022 (organizatori)

Data: 31 decembrie

După o pauză de un an s-a reluat tradiția organizării focului de artificii în centrul orașului. Programul Revelionului 2022 a început la ora 23:00, cu muzică și o transmisie live pe ecranul din Piața Unirii. Iar trecerea dintre ani a avut loc mult așteptatul foc de artificii.

Evenimentul a fost realizat de Visit Oradea și Primăria Municipiului Oradea.



12. Anexe

Anexa 1	Regulament de organizare și funcționare Cetatea Oradea	
---------	--	--