

**PROGRAMMA N. 1: PER IL COMMERCIO, IL TURISMO, IL RILANCIO DEL CENTRO E DEI
BORGHI**

PROGETTO 1.1: GLI INTERVENTI A FAVORE DELL'ARTIGIANATO, DEL COMMERCIO, DEGLI ESERCIZI

OBIETTIVI PER IL TRIENNIO 2014-2016

Titolo obiettivo 1: Attrattività

Descrizione:

Approvare il Regolamento dehors per le strutture esterne negli esercizi.

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|---------------------------------|----------------------------------|---|
| Approvazione Regolamento dehors | ON | 2014 |

Motivazione delle scelte:

Contribuire al rilancio delle attività economiche migliorando l'attrattività.

Attività da svolgere nel 2014:

Approvazione Regolamento dehors

Titolo obiettivo 2: Sgravi fiscali

Descrizione:

Contenere al massimo la pressione fiscale comunale e creazione di un sistema di sgravi fiscali selettivi dedicati in primis ai cittadini che si trovano in determinate fasce di povertà e per incentivare determinati comportamenti virtuosi come la creazione di imprese innovative, sostenere enti pubblici che offrono servizi primari alla cittadinanza ed incentivare il riciclo dei rifiuti.

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|--|----------------------------------|---|
| Introduzione sgravi fiscali IMU per imprese innovative | ON | 2014 |
| Riduzione della Tassa Rifiuti | ON | 2014 |
| Esenzione IMU e Tasi per Ater e Case di riposo pubbliche | ON | 2014 |
| Mantenimento agevolazioni | ON | 2015 |
| Mantenimento agevolazioni | ON | 2016 |

Motivazione delle scelte:

Attuare iniziative volte a ridurre la pressione fiscale locale su imprese e sul lavoro virtuosi.

Attività da svolgere nel 2014:

Definizione ed applicazione delle agevolazioni sopra indicate.

Attività da svolgere nel 2015:

Mantenimento delle agevolazioni previste nel 2014 e studio di ulteriori misure per incentivare comportamenti virtuosi.

Attività da svolgere nel 2016:

Mantenimento delle agevolazioni previste nel 2015 e studio di ulteriori misure per incentivare comportamenti virtuosi.

PROGETTO 1.2: RILANCIO DEL CENTRO STORICO CITTADINO

OBIETTIVI PER IL TRIENNIO 2014-2016

Titolo obiettivo 1: Centro Commerciale Naturale

Descrizione:

Sviluppare collaborazioni e programmazioni integrate per creare identità, animazione e attrattività del centro cittadino per consolidarlo come “Centro Commerciale Naturale”; secondo un analogo approccio, proporre interventi di valorizzazione dei borghi storici e degli altri quartieri cittadini.

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|--|---------------------------|--------------------------------------|
| Attività di collegamento con UDINEIDEA e collaborazione con enti e associazioni di categoria – n. incontri | 8 | 2014 |
| Implementazione del sistema di coordinamento fra i diversi attori per la gestione del CCN | ON | 2015 |
| Promozione e sviluppo del CCN | ON | 2016 |

Motivazione delle scelte:

Si riconoscono chiari e strategici obiettivi di valenza pubblica e di rilievo per l'ente locale in tutte le azioni che possono contribuire a promuovere la salvaguardia e lo sviluppo socio-economico dell'area dei centri storici delle città. Tali azioni mirano alla qualificazione e la rivitalizzazione del suo ambiente e della sua offerta commerciale, culturale e ricreativa, nel rispetto dei suoi valori paesaggistico-architettonici, sia mediante il recupero di tradizioni, vocazioni e tipicità che con innovazioni con questi compatibili.

Il “centro commerciale naturale” deve essere inteso come entità di promozione e gestione integrata e armonica delle risorse commerciali, culturali e ricreative dell'area urbana centrale.

Attività da svolgere nel 2014:

Si prevede la prosecuzione dell'attività di consultazione e concertazione di possibili misure per la tutela e il rilancio del centro storico mediante la collaborazione con l'associazione UDINEIDEA, con le categorie economiche ed altri enti esterni interessati ai temi del commercio e del turismo (tavolo di collaborazione)

Attività da svolgere nel 2015:

Dalle proposte del Tavolo di collaborazione individuazione di un sistema di sinergie per il consolidamento della gestione integrata del CCN.

Attività da svolgere nel 2016:

Attività di sostegno per la promozione e lo sviluppo del CCN

Titolo obiettivo 2: Valorizzazione di Piazza I Maggio**Descrizione:**

Revisione della visione della piazza come luogo di eventi

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|---|----------------------------------|---|
| Avvio Mercatino del RIUSO | ON | 2014 |
| Verifica interesse da parte dell'utenza e valutazione modifiche per la prosecuzione dell'iniziativa | ON | 2015 |
| Individuazione di iniziative collaterali | ON | 2015 |
| Calendarizzazione eventi in piazza I° Maggio | ON | 2016 |

Motivazione delle scelte:

Nel rilancio del centro storico Piazza I Maggio deve giocare un ruolo strategico. Nel triennio di riferimento, attesa la situazione logistica dell'area, saranno mantenute le attività consolidate e individuate altre manifestazioni che coinvolgano la cittadinanza finalizzate all'utilizzo della piazza quale luogo di incontro per tematiche diverse e contenitori di eventi di particolare richiamo. Nel 2014 è previsto l'avvio di un mercatino del RIUSO a valenza commerciale e culturale che dovrà rappresentare il punto di incontro per lo scambio e l'esposizione di oggetti di vintage, modernariato, artigianato artistico e d'epoca.

Attività da svolgere nel 2014:

Assegnazione organizzazione e gestione del mercatino del RIUSO in via sperimentale per un biennio sperimentando una diversa progettualità. Accoglimento richieste da parte dei privati per particolari iniziative che valorizzino la piazza.

Attività da svolgere nel 2015:

Valutazione del gradimento delle iniziative proposte e individuazione di uno specifico programma.

Attività da svolgere nel 2016:

Adozione del programma di eventi ed iniziative da svolgersi in p.zza I° Maggio.

Titolo obiettivo 3: Progetti di iniziative cittadine di tipo temporaneo e pop up**Descrizione:**

Supporto e elaborazione di progetti di iniziative cittadine di tipo temporaneo e pop up, specie quelle che promuovono idee creative.

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|--|----------------------------------|---|
| N. iniziative organizzate o supportate | ≥ 1 | 2014 |
| N. iniziative organizzate o supportate | ≥ 1 | 2015 |
| N. iniziative organizzate o supportate | ≥ 1 | 2016 |

Motivazione delle scelte:

Trovare modalità creative e attive per rilanciare il Centro storico

Attività da svolgere nel 2014:

Organizzare o supportare iniziative

Attività da svolgere nel 2015:

Organizzare o supportare iniziative

Attività da svolgere nel 2016:

Organizzare o supportare iniziative

PROGETTO 1.3: UDINE CITTÀ TURISTICA

OBIETTIVI PER IL TRIENNIO 2014-2016

Titolo obiettivo 1: Informazione e accoglienza turistica

Descrizione:

Rivisitare e potenziare in chiave turistica il servizio PuntoInforma e, con riferimento alle sezioni dedicate alla cultura e turismo, il Sito web.

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|-------------------------------------|----------------------------------|---|
| Protocollo d'intesa con Turismo FVG | ON | 2015 |
| Attuazione protocollo d'intesa | ON | 2016 |

Motivazione delle scelte:

Il turismo rappresenta una delle importanti risorse da valorizzare, in tal senso può essere di aiuto una puntuale e mirata informativa riguardo ai diversi eventi culturali, musicali e cinematografici, le mostre, i luoghi e il paesaggio.

Attività da svolgere nel 2015:

Creazione di sinergie con altri enti che si occupano di sviluppo e comunicazione del turismo in città al fine di razionalizzare le azioni comuni

Attività da svolgere nel 2016:

Attuazione degli accordi intrapresi con altri enti

PROGETTO 1.4: UDINE CAPITALE DELL'AUTENTICITÀ

OBIETTIVI PER IL TRIENNIO 2014-2016

Titolo obiettivo 1: Rivisitazione Friuli Doc

Descrizione:

Introdurre Friuli Doc nei borghi e rafforzare l'aspetto enogastronomico (prodotti regionali)

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|--|----------------------------------|---|
| Studio e analisi di fattibilità | ON | 2014 |
| Progetto Friuli Doc 2015 allargato ai borghi cittadini | ON | 2015 |
| Valutazione consolidamento del nuovo FRIULI DOC | ON | 2016 |

Motivazione delle scelte:

Friuli Doc, completamente reinterpretato, deve essere uno strumento di promozione di Udine quale luogo che rappresenta un territorio

Attività da svolgere nel 2014:

Studio e progettazione dell'iniziativa di coinvolgere per l'edizione 2015 (anno di EXPO 2015) i borghi cittadini in periodo estivo antecedente alla manifestazione turistica consolidata per la durata di un week end.

Attività da svolgere nel 2015:

Realizzazione degli eventi e manifestazioni nei borghi cittadini "Aspettando Friuli Doc" valorizzando aspetti enogastronomici della cucina friulana

Attività da svolgere nel 2016:

Valutazione sul consolidamento dell'evento enogastronomico nei borghi nella manifestazione annuale.

Titolo obiettivo 2: Potenziamento di Piazza XX Settembre

Descrizione:

Potenziamento di Piazza XX Settembre

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|---|----------------------------------|---|
| Bando di concorso di idee per l'arredo della piazza | ON | 2015 |

Motivazione delle scelte:

La piazza ha destinazione mercatale e il suo potenziamento è legato a tale utilizzo.

Attività da svolgere nel 2015:

Bando per concorso di idee per l'arredo della piazza consistente nella copertura dell'area mercatale nel contesto architettonico esistente

PROGETTO 1.5 MARKETING URBANO

OBIETTIVI PER IL TRIENNIO 2014-2016

Titolo obiettivo 1: Promozione della città

Descrizione:

Mappatura delle risorse della città (culturali, ricreative, commerciali e dei servizi). Identificazione e comunicazione di itinerari turistici urbani (culturali, storici ed enogastronomici) in relazione e connessione con i punti di accesso alla città (terminal trasporto pubblico, parcheggi in struttura), con la rete ciclabile e con le aree a traffico limitato e pedonali. Promozione dell'offerta turistica mediante realizzazione di percorsi in collaborazione con Turismofvg.

Indicatori:

| Descrizione | Valore obiettivo (target) | Anno di riferimento valore obiettivo |
|--|----------------------------------|---|
| Pubblicazione sulla piattaforma del sistema informativo per il geomarketing di un primo pacchetto di itinerari turistici | ON | 2014 |
| Integrazione del pacchetto informativo | ON | 2015 |
| Completamento del sistema di comunicazione promozionale | ON | 2016 |

Motivazione delle scelte:

Un'azione di marketing urbano e di promozione e sostegno del suo sistema turistico e commerciale richiede all'ente locale l'informatizzazione, con modalità georiferite, delle risorse del proprio territorio per consentire le attività di analisi e diagnosi oggettiva dei sistemi e dei fenomeni interessati e di studio e valutazione delle possibili azioni da intraprendere. La piattaforma, resa adeguatamente accessibile anche a utenti e operatori esterni diventa inoltre strumento di comunicazione delle offerte e delle opportunità territoriali.

Attività da svolgere nel 2014:

Prosecuzione dell'implementazione del sistema informativo per il geomarketing (aggiornamento attività economiche, dati di domanda, itinerari). Pubblicazione web dei contenuti informativi consolidati. Effettuazione di analisi spaziali mirate a particolari tematiche e/o utenze del centro storico.

Attività da svolgere nel 2015:

Prosecuzione dell'implementazione del sistema informativo per il geomarketing e pubblicazione web dei contenuti informativi consolidati. Analisi su particolari tematiche.

Attività da svolgere nel 2016:

Completamento e messa a regime del sistema informativo con accesso da parte degli utenti esterni.

ATTIVITA' ISTITUZIONALE PROGRAMMA 1

Attività Economiche

Nel corso del 2014 sarà rivisitato il “ Regolamento per la disciplina delle attività di estetista, di parrucchiere, misto, tatuaggio e piercing”, nell’ottica della semplificazione amministrativa e dell’adeguamento alle normative di settore, con l’introduzione della nuova disciplina dell’affitto di poltrona/cabina e il rinvio a specifico regolamento regionale per la parte relativa alle attività di tatuaggio e piercing; si procederà, a seguito dell’approvazione delle modifiche al “Regolamento per l’esercizio del commercio su aree pubbliche”, con l’emissione dei bandi per la concessione delle aree mercatali. I procedimenti amministrativi di competenza saranno oggetto di revisione ai fini della semplificazione amministrativa prevista dalla normativa nazionale e finalizzata alla trasmissione telematica delle richieste e dichiarazioni da parte degli operatori commerciali.

L’adesione da parte del Comune (per il tramite dello Sportello Unico delle Attività Produttive) al Portale Regionale permetterà l’avvio della procedura di trasmissione telematica per gli utenti che prevede la compilazione guidata dei documenti ed evita i numerosi errori materiali che attualmente comportano dispendio di tempo per l’ufficio nel richiedere integrazioni e chiarimenti.

Turismo

La creazione dell’ufficio turismo e marketing urbano si pone quale obiettivo, oltre all’organizzazione delle manifestazioni consolidate, il coordinamento di tutti gli eventi, anche quelli curati da altri uffici, e una sinergia fra la strategia del CCN e la realizzazione degli eventi.

Saranno rivisti i procedimenti attualmente in carico all’ufficio con finalità di semplificazione in una logica di omogeneità di funzioni e competenze. L’ufficio dovrà essere potenziato con figure professionali interne per il passaggio da un’organizzazione per procedimenti ad una per processi, caratteristica della funzione di staff a supporto dell’amministrazione per le strategie di sviluppo economico e turistico.

**3.5 - RISORSE CORRENTI ED IN CONTO CAPITALE PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA 1
PER IL COMMERCIO, IL TURISMO, IL RILANCIO DEL CENTRO E DEI BORGHI**

ENTRATE

| | Anno 2014 | Anno 2015 | Anno 2016 | Legge di finanziamento e articolo |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|--|
| ENTRATE SPECIFICHE | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • STATO • REGIONE • PROVINCIA • UNIONE EUROPEA • CASSA DD.PP. - CREDITO SPORTIVO - ISTITUTI DI PREVIDENZA • ALTRI INDEBITAMENTI (1) • ALTRE ENTRATE | 100.000,00 | 100.000,00 | 100.000,00 | Risorse correnti: vedi leggi a materia relative a trasferimenti di carattere consolidato |
| | 57.000,00 | 57.000,00 | 57.000,00 | |
| TOTALE (A) | 157.000,00 | 157.000,00 | 157.000,00 | |
| PROVENTI DEI SERVIZI | 235.100,00 | 235.100,00 | 235.100,00 | |
| TOTALE (B) | 235.100,00 | 235.100,00 | 235.100,00 | |
| QUOTE DI RISORSE GENERALI | 481.750,00 | 427.350,00 | 428.600,00 | |
| TOTALE (C) | 481.750,00 | 427.350,00 | 428.600,00 | |
| TOTALE GENERALE (A+B+C) | 873.850,00 | 819.450,00 | 820.700,00 | |

(1): Prestiti da istituti privati, ricorso al credito ordinario, prestiti obbligazionari e simili

**3.6 - SPESA PREVISTA PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA 1
PER IL COMMERCIO, IL TURISMO, IL RILANCIO DEL CENTRO E DEI BORGHI
IMPIEGHI**

| | ANNO 2014 | | | | | | | | ANNO 2015 | | | | | | | | ANNO 2016 | | | | | | | |
|----------------------|----------------|---------|-------------|------|------------------------|-------|----------------|--|----------------|---------|-------------|-------|------------------------|-------|----------------|--|----------------|---------|-------------|-------|------------------------|-------|----------------|--|
| | Spesa corrente | | | | Spesa per investimento | | Totale (a+b+c) | V.% sul totale spese finali Tit.I e II | Spesa corrente | | | | Spesa per investimento | | Totale (a+b+c) | V.% sul totale spese finali Tit.I e II | Spesa corrente | | | | Spesa per investimento | | Totale (a+b+c) | V.% sul totale spese finali Tit.I e II |
| | Consolidata | | Di sviluppo | | Entità | % su | | | Consolidata | | Di sviluppo | | Entità | % su | | | Consolidata | | Di sviluppo | | Entità | % su | | |
| | Entità | % su | Entità | % su | | | Entità | % su | Entità | % su | Entità | % su | | | Entità | % su | Entità | % su | Entità | % su | | | | |
| (a) | tot. | (b) | tot. | (c) | tot. | (a) | tot. | (b) | tot. | (c) | tot. | (a) | tot. | (b) | tot. | (c) | tot. | | | | | | | |
| TITOLO I e II | 873.850,00 | 100,00% | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00% | 873.850,00 | 0,60% | 819.450,00 | 100,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 819.450,00 | 0,59% | 820.700,00 | 100,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 820.700,00 | 0,59% |

