



INDIRIZZO STRATEGICO: 2. UDINE PER UN COMMERCIO E UN TURISMO DI QUALITÀ

Rilancio del commercio, delle attività artigianali e di servizi nel centro storico e nelle periferie

Si intende agevolare le piccole attività commerciali, artigianali e di servizi per promuovere un ritorno al commercio tradizionale e di qualità nel centro storico, tramite un'azione di snellimento burocratico ed agevolazioni di carattere fiscale.

Nei borghi, si incentiverà l'associazionismo tra i commercianti, esercenti ed altri operatori economici, cui verrà dato sostegno per iniziative mirate.

Marketing territoriale

Sarà promossa la collaborazione con le imprese e le Associazioni di categoria, tramite confronti già avviati raccogliendo proposte per l'incremento dei flussi turistici e il potenziamento della promozione, anche mediante un eventuale marchio di territorio.

A tal fine andrà rafforzato l'asse sinergico con l'assessorato alla Attività Produttive e del Turismo Regionale FVG ed il suo braccio operativo PromoTurismo FVG; sarà inoltre istituito un tavolo di consultazione che riunisca i diversi portatori di interesse del territorio.

Si punterà ad un'azione di potenziamento e rafforzamento degli eventi già consolidati come Friuli Doc (quale appuntamento con la tradizione della città e del territorio), Notte Bianca, Rally del Friuli e delle Alpi Orientali Historic, Telethon, Natale; obiettivo dell'amministrazione sarà l'organizzazione di nuove iniziative, ad esempio la realizzazione di un grande evento a primavera 2019, che veda coinvolte tutte le eccellenze del territorio. L'effettiva ricaduta di tali eventi verrà valutata anche tramite un'analisi effettuata con questionari e sondaggi.

La promozione turistica dovrà interessare in modo particolare l'intera area del nord-est e di tutta la Mitteleuropa al fine di favorire un incoming turistico, con una comunicazione mirata sui social e sul web.



N.	Obiettivi strategici	Stakeholders	Referente Politico	Missione
2.1	Rilancio del commercio, delle attività artigianali e di servizi nel centro storico e nelle periferie	Esercizi commerciali, esercizi pubblici, artigiani, associazioni, turisti, cittadini	Franz	1-3-14
2.2	Marketing territoriale	Imprese di settore, esercizi commerciali, esercizi pubblici, artigiani, associazioni, turisti, cittadini, Regione FVG, enti pubblici anche stranieri	Franz	7