

Missione 07: TURISMO

Programma 01: Sviluppo e valorizzazione del turismo

Finalità:

Sviluppare e consolidare il “Centro commerciale naturale” UDINEIDEA nel centro storico della città che funga come modello per interventi simili di valorizzazione dei borghi e degli altri quartieri cittadini. Stimolare nuove forme di coinvolgimento del CCN in primis e delle categorie economiche in genere agli eventi esistenti e nuove proposte per eventi di loro iniziativa.

Potenziare l’offerta turistica integrandola con la città e il suo territorio.

Programmazione anticipata degli eventi in un calendario condiviso con tutte le realtà e i soggetti interessati (in collaborazione con gli Uffici della Cultura).

Motivazioni:

Valorizzare le strutture esistenti in città, il territorio, il patrimonio enogastronomico, i percorsi ciclabili e i locali storici e le attività economiche in genere; creare sinergie e reti con tutti i soggetti che si occupano di turismo in città nonché con gli interlocutori privati.

Obiettivo strategico:

1.2 Rilancio del Centro Storico Cittadino

Obiettivo operativo:

1.2.1: Sviluppo del progetto PISUS “Il Centro Urbano Rinasce – U.D. – C Û R”

Attività svolta nel 2016:

Si stanno portando a compimento le diverse iniziative del progetto che, suddivise in tre filoni di intervento, denominati rispettivamente A (opere pubbliche), B (acquisizione di beni e servizi) e C (bando alle imprese), puntano ad attuare una sinergia tra pubblico e privato per valorizzare, su più fronti, il centro storico cittadino.

In particolare, nella prima parte dell’anno, si sono affidati due ulteriori appalti per la creazione del sistema di identità e comunicazione del Centro commerciale naturale e si è organizzato, altresì, a seguito di gara d’appalto, il servizio di animazione dell’infanzia “PortaminCentro”, formula innovativa di “babyparking”; quest’ultima attività, che rientra nella Rigenerazione urbana (iniziative B3), è stata avviata per la prima volta il 22 settembre, il servizio è indirizzato alle famiglie che visitano il centro città e necessitano di affidare temporaneamente i bambini dai 3 ai 12 anni a persone esperte e competenti che li coinvolgono in attività creative, divertenti ed educative.

Per quanto riguarda il Museo Friulano di Storia Naturale sono stati affidati tutti gli incarichi relativi alle prestazioni e alle forniture previste per l'iniziativa B7 (marketing territoriale e di programmazione e promozione di manifestazioni ed eventi) e B8 (Realizzazione materiale informativo coordinato plurilingue del compendio del castello e delle singole sedi museali, realizzazione cartellonistica informativa compendio del castello). La realizzazione dei materiali e delle strutture informative prosegue nei tempi previsti.

Per i Civici Musei si è provveduto all'acquisto di 4 tavoli multimediali da utilizzarsi nelle singole sedi museali, all'assegnazione di un incarico per la fornitura di audioguide con testi in italiano, inglese e tedesco e di un incarico per la redazione dei testi necessari.

Con riferimento all'iniziativa B, intervento B4 - accessibilità e mobilità veicolare e pedonale - nuovo sistema segnaletico, si è proceduto all'individuazione di possibili fonti di informazioni aggiuntive rispetto a quelle deducibili dall'analisi dei dati telefonici. La formalizzazione del contratto per l'acquisizione dei dati telefonici avverrà nel mese di settembre.

Sono state scelte le fonti dati significative e utili rispetto all'obiettivo ed analizzate le variabili e i dati delle prime due fonti dati selezionate. Sono state individuate le variabili concernenti le prime due fonti dati oggetto dell'indagine.

E' stata collaudata in data 10 marzo 2016 l'opera riguardante il marciapiede ciclopedonale di via Grazzano.

Nell'ambito dell'appalto di estensione del sistema di bike sharing UdineBike (Opera 6966), l'11 aprile è stata affidata la fornitura di n. 80 biciclette; si è inoltre proceduto all'attivazione dell'ampliamento delle nuove stazioni e delle nuove colonnine, ora in fase di collaudo.

Ai fini dell'iniziativa B6 è stato assegnato l'incarico esterno per la gestione dell'ufficio stampa e promozione dei Civici Musei tramite social media, la realizzazione del nuovo sito trilingue dei Civici Musei, on line al 30 giugno 2016 (creazione struttura informatica, redazione e inserimento testi in italiano, inglese e tedesco); il nuovo sito è stato allestito su server di proprietà dell'Amministrazione, che è stato presentato ufficialmente il 14/07/2016 nel corso di una conferenza stampa. Il nuovo sito viene periodicamente aggiornato.

Obiettivo operativo:

1.2.2: Valorizzazione di Piazza I Maggio

Attività svolta nel 2016:

Il mercato del Riuso prosegue con l'attuale gestore e si ritiene non opportuno modificare l'attuale format. Relativamente agli eventi ad alta attrattività è stato realizzato in piazza I° Maggio il FESTIVAL SHOW.

Obiettivo strategico:
1.3 Udine città turistica

Obiettivo operativo:
1.3.2: Promozione turistica della città

Attività svolta nel 2016:

Si è attuato il coinvolgimento di Udineidea, Confcommercio e di altri produttori di contenuti (Fondazione GdUdine, Cec, Vicino Lontano, Udine e Gorizia fiere) per aggiornare l'App Udine Vicina.

E' stata effettuata una prima analisi del progetto riguardante lo sviluppo di attività necessarie per attrarre in città il turismo legato ai matrimoni con il coinvolgimento di reti di imprese.

Sono stati inoltre realizzati gli eventi previsti.

Obiettivo strategico:
1.5. Marketing urbano

Obiettivo operativo:
1.5.1: Promozione della città

Attività svolta nel 2016:

Le attività sul progetto PISUS B5 finalizzate all'arricchimento dei servizi offerto dal portale e dalla APP per smartphone "Udine Vicina" sono in corso.

Obiettivo strategico:
1.4 Udine capitale dell'autenticità

Obiettivo operativo:
1.4.1: Rivisitazione Friuli Doc: anteprima dell'evento enogastronomico nei borghi cittadini

Attività svolta nel 2016:

Si è provveduto allo studio ed alla progettazione dell'iniziativa di coinvolgere nel 2017 i borghi cittadini in periodo estivo antecedente alla manifestazione turistica consolidata per la durata di un weekend.

Obiettivo operativo:

1.4.2: Rivisitazione Friuli Doc: in chiave culturale

Attività svolta nel 2016:

Si sono consolidati i rapporti con alcune Associazioni del territorio che hanno proposto delle attività da inserire nel palinsesto della manifestazione, supportate dall'Amministrazione.

Nel 2016 cuore degli incontri in chiave culturale è stata principalmente la Loggia del Lionello che, allestita per l'occasione, è diventato palcoscenico d'eccezione. Il tema "Saperi di ieri, sapori di domani" puntava a valorizzare le tradizioni, i mestieri, i valori di un tempo che tuttavia vengono ripresi e rivalutati ai nostri giorni. In questo contesto è stato coinvolto per la prima volta Ente Friuli nel Mondo che, con il contributo della fondazione CRUP, ha reso possibile l'incontro con i friulani illustri all'estero. Un'occasione per valorizzare e far conoscere le eccellenze friulane all'estero anche in termini di risorse umane.

Tre sono stati gli incontri, organizzati in collaborazione con VICINO/LONTANO, che partecipa alla manifestazione per il secondo anno consecutivo; tre appuntamenti per parlare, condividere e riflettere su cibo, vino, musica e le nuove mode che vi ruotano attorno che hanno riscosso molto successo.

Da non dimenticare le mostre che arricchiscono il già folto programma e il questionario svolto in collaborazione con l'Università di Udine In My Land.

Importante è stata anche la collaborazione con il Messaggero Veneto che ha riallestito per l'occasione la mostra dei suoi 70 anni e che ha organizzato degli incontri.

Si è registrata inoltre ancora una volta la presenza nel programma della manifestazione del CSS con una proposta specifica ma di livello internazionale.

Quest'anno è stata dedicata particolare attenzione anche agli spettacoli. Si pensi ad es. al Festival della Canzone Friulana, per la prima volta dopo parecchi anni riproposto in piazza Libertà, che certamente ha contribuito a valorizzare la cultura e l'identità friulana.