

**ACCORDO PARTENARIATO**

**TRA**

L' Ente Comune di Cremona

**in qualità di Partner capofila del Partenariato**

**E**

**Camera di Commercio di Cremona**

**in qualità di Partner del Partenariato**

Denominazione richiedente	Camera di Commercio
Codice fiscale richiedente	80000730194
Partita IVA richiedente	00306310194
IBAN:	IT 42C0569611400000003480X23
Indirizzo e N° civico sede	Cremona – Piazza Stradivari, 5
Comune sede	Cremona
Provincia sede	CR
CAP sede operativa	26100
Telefono ufficio	0372/490224
PEC	cciaa@cr.legalmail.camcom.it
Sito internet	www.cr.camcom.it
Nominativo del referente operativo per il progetto	Ilaria Casadei
Recapito telefonico ufficio del referente	0372490224
Email ufficio del referente	turismo@cr.camcom.it

di seguito anche congiuntamente denominati “le Parti”,

per la presentazione e la realizzazione del progetto di sviluppo di un piano territoriale turistico

**PREMESSO CHE**

1. Regione Lombardia ha approvato il “Bando Viaggio InLombardia Terza Edizione” (di seguito per brevità, il “Bando”);
2. ai sensi dell’articolo A.3 (“*Soggetti beneficiari*”) del Bando, possono presentare congiuntamente una proposta progettuale più soggetti associati in Partenariato, che abbiano formalizzato l’associazione mediante specifico accordo (di seguito, per brevità, l’“Accordo di Partenariato”);

3. ai sensi dell'articolo A.3 (*"Soggetti beneficiari"*) del Bando, l'Accordo di Partenariato deve necessariamente contenere:
- a) l'indicazione di uno dei partner quale capofila;
  - b) l'indicazione del ruolo, delle responsabilità e dell'investimento di ciascun partner nella realizzazione del progetto;
  - c) la chiara definizione degli aspetti relativi alla proprietà, utilizzo e disseminazione dei risultati del progetto;
  - d) l'indicazione del progetto di collaborazione oggetto di domanda.

**tutto ciò premesso e considerato,  
tra le Parti si sottoscrive il seguente**

### **ACCORDO DI PARTENARIATO**

#### ***Articolo 1 – Oggetto ed impegni delle Parti***

1. Con il presente Accordo di Partenariato, le Parti intendono formalizzare la propria associazione ai fini della partecipazione al Bando e disciplinare gli impegni reciproci.
2. In particolare, le Parti si impegnano a:
  - a) leggere, validare e approvare il Progetto "Cremona, i suoni nei luoghi – A place to Play";
  - b) realizzare le attività di propria competenza previste all'interno del Progetto, nel rispetto dei criteri e delle modalità definiti dall'Accordo di Partenariato e dal Bando, così come dettagliate nella domanda di partecipazione al Bando;
  - c) assicurare un utilizzo del contributo coerente con le normative vigenti in tema di agevolazioni pubbliche;
  - d) assicurare, ciascuno per la parte di propria competenza, la copertura finanziaria delle spese ammissibili non coperte dal contributo di cui al presente Bando e la sottoscrizione degli impegni finanziari previsti dall'Accordo di Partenariato.

#### ***Articolo 2 - Individuazione del Partner capofila***

Le Parti individuano il Comune di Cremona quale Partner capofila del Partenariato, con il compito di ottemperare agli oneri procedurali stabiliti dal Bando per la presentazione del Progetto, nonché agli oneri di trasmissione della documentazione a Regione Lombardia.

#### ***Articolo 3 - Partner capofila***

1. Il Partner Capofila è responsabile dell'attività di coordinamento amministrativo nei confronti della Regione Lombardia.
2. In particolare, il Partner Capofila è tenuto a:
  - presentare la domanda di partecipazione in nome e per conto del partenariato;
  - presentare la documentazione richiesta dal Bando e dagli atti conseguenti, nonché la rendicontazione in nome e per conto del partenariato;

- monitorare in itinere il rispetto degli impegni assunti da ciascun soggetto partner e segnalare tempestivamente a Regione Lombardia eventuali ritardi, inadempimenti e/o eventi che possano incidere sulla composizione del partenariato e/o sulla realizzazione dell'intervento.

#### **Articolo 4 – Ruolo ed impegni dei Partner**

1. Ciascun Partner, ivi compreso il capofila, è responsabile della realizzazione di una parte delle attività del Progetto, secondo quanto dettagliato nella Scheda di Progetto e di seguito evidenziato:

a) Comune di Cremona, in qualità di Partner capofila, avrà il ruolo di attuare le seguenti attività:

- **Realizzazione cartacea dell'itinerario turistico** individuato in 10.000 copie (copie da suddividere in 3 diverse edizioni linguistiche: ITA-ENG-TED)
- **Coinvolgimento degli operatori della ristorazione** aderenti al progetto East Lombardy, la rete di operatori che si promuove all'interno di un progetto di marketing territoriale nel segmento del food. La proposta di itinerario musicale e liutario vedrà accanto la proposta degli chef e dei produttori che proporranno piatti e degustazioni a tema musicale;
- **Organizzazione azioni B2C:**
  - organizzazione di dirette streaming dei concerti ed esperienze di viaggio che verranno pubblicate sulle pagine social dei partner di progetto compreso gli attori coinvolti;
  - organizzazione di challenge finalizzati all'ingaggio del potenziale pubblico con obiettivo di sollevare curiosità e creare conversazioni sulla rete;
- **ingaggio a Lena Yokoyama**, influencer musicista e famosa per aver eseguito una performance in cima al Torrazzo e sul tetto dell'ospedale di Cremona, nonché per essere una virtuosa violinista che si è perfezionata nello studio del violino a Cremona. Lena sarà in grado di coinvolgere empaticamente, oltre che con la sua professionalità in qualità di musicista, il pubblico della rete e raggiungere un ampio pubblico sia europeo che asiatico, soprattutto il Giappone (mercato di interesse e portare di una domanda sempre più crescente), suo Paese di origine;
- **Promozione on line:**
  - una intensa campagna digital con sponsorizzazioni di post che verterà sul tema musicale e liutario e del viaggio esperienziale, con spunti, curiosità, informazioni

con l'obiettivo di attrarre il potenziale visitatore. Il modello di storytelling utilizzato sarà la narrazione in prima persona dell'influencer (la musicista Lena Yokoyama), testimonial del progetto;

- realizzazione di un video emozionale della durata di 30" dedicato all'itinerario e con protagonista il testimonial del progetto, Lena Yokoyama;
- la promozione on line verrà estesa anche alle pagine social dei siti web gestiti da East Lombardy e Garda Musei, reti di operatori a cui aderisce il Comune di Cremona nonché da tutti le pagine e siti gestiti dai partner e operatori coinvolti del progetto. Questo tipo di azione non ha un costo e non verrà inserita nel quadro economico.
- copia digitale dell'itinerario sarà scaricabile dal sito dell'infopoint di Cremona e si cercheranno collaborazioni e sinergie con le destinazioni lombarde che hanno un sito all'interno dell'EDT di Regione Lombardia gestito da Explora per poter aver visibilità sui siti e totem disponibili sul territorio lombardo – target potenziali visitatori che attingono info navigando nell'EDT di Regione Lombardia. Questo tipo di azione non ha un costo e non verrà inserita nel quadro economico;
- **Promozione off line:**
- Promoredazionale di 2 pagine sul periodico Qui Touring del TCI per raggiungere un target nazionale;
- Infopoint e corner brandizzato: Verrà utilizzata la rete degli Infopoint lombardi e selezionati i punti più strategici all'interno dei quali verrà allestito un piccolo corner brandizzato per la distribuzione cartacea dell'itinerario per raggiungere il target turismo di prossimità e il bacino di turismo internazionale in arrivo in Lombardia;
- Distribuzione materiale operatori Lago di Garda: verrà distribuito presso le più importanti strutture ricettive attraverso la collaborazione dell'Associazione Garda Musei, associazione alla quale il Comune di Cremona aderisce – target turismo di prossimità, internazionali in particolare tedesco e austriaco;
- distribuzione attraverso gli operatori coinvolti: il materiale cartaceo e digitale dell'itinerario verrà distribuito presso tutti gli operatori coinvolti nell'itinerario. Questo tipo di azione non ha un costo e non verrà inserita nel quadro economico;

- Fornitura di 120 pedane con ringhiera a norma di legge in materia di sicurezza per la realizzazione dei concerti che si terranno nel Capoluogo ed in alcuni punti del territorio compresi nell'itinerario;
  - Fornitura punti di luce da utilizzare durante i concerti.
- b) Camera di Commercio in qualità di Partner, avrà il ruolo di attuare le seguenti attività:**
- **Organizzazione B2B** con TO e KOL specializzati nel turismo musicale e attivi sul mercato nord europeo (in particolare Germania e Austria), cinese e americano. Il B2B avrà lo scopo di far incontrare la domanda con l'offerta locale che potrà proporre prodotti e servizi anche coordinati con il progetto in oggetto;
  - **organizzazione di concerti** (n.3) nel Capoluogo e sul territorio eseguiti da orchestre, cori professionisti ma anche amatoriali, musicisti che arriveranno a Cremona per svolgere delle master class, camp estivi musicali;
  - **Fornitura di impianto di amplificazione** necessario per la corretta esecuzione dei concerti;
  - **Realizzazione sito di promozione:** verrà predisposto un sito ad hoc con contenuti specifici dedicati al progetto, comprensivo di 2 web form in home page (dedicati ad operatori e visitatori), realizzazione grafica ad hoc, gestione/accettazione disclaimer privacy e fornitura periodica degli elenchi dei contatti che hanno aderito alle condizioni (per le comunicazioni). Il sito riporterà l'itinerario musicale del progetto e tutti quelli del territorio che verranno sviluppati in futuro e una mappatura dei luoghi dove fare musica con le caratteristiche tecniche. Il sito promuoverà il turismo musicale esperienziale, vale a dire rivolto agli operatori che si occupano di turismo musicale (approccio B2B), ma anche per tutti i gruppi, orchestre e cori che volessero organizzare un'attività formativa con una resa pubblica sul territorio e a tutti i visitatori interessati alla destinazione (approccio B2C - esperienze, concerti, visite guidate);
  - **Promozione off line:**
  - **Acquisto di 2 pagine pubblicitarie sul periodico [The Strad](#), la più antica e la più prestigiosa rivista di liuteria e musica classica**, pubblicata a Londra con una diffusione mondiale per raggiungere il target internazionale di operatori e musicisti interessati agli strumenti ad arco con particolare riferimento ai paesi individuati come target privilegiato del progetto, vale a dire Cina, Giappone USA e nord Europa individuati;

2. Ciascun Partner s'impegna a:

- cofinanziare il progetto in quota parte;
- predisporre tutta la documentazione richiesta dal Bando e dagli atti ad esso conseguenti e a trasmetterla al capofila;
- realizzare l'attività di propria competenza nei tempi e nei modi previsti dal presente Bando e in conformità al progetto presentato;
- favorire l'espletamento dei compiti attribuiti al capofila, agevolando le attività di coordinamento, monitoraggio e rendicontazione;
- rendicontare le spese sostenute nel rispetto della tempistica indicata dal presente bando.

**Articolo 5 — Responsabilità**

Fermo restando il presente Accordo di Partenariato, le Parti prendono atto che la realizzazione del Progetto, nonché gli obblighi posti a carico dei Soggetti beneficiari dal Bando e dagli atti a questo conseguenti, gravano singolarmente su ciascuno di essi, fatta eccezione per gli obblighi stabiliti esclusivamente a carico del Partner capofila, dei quali risponde soltanto tale soggetto.

Cremona,

Luogo e data

---

Firma del legale rappresentante del  
Partner capofila

---

Firma del legale rappresentante del  
Partner

Allegato: copie dei documenti d'identità in corso di validità di tutti i soggetti sottoscrittori