

LINEE GUIDA PER L'ORGANIZZAZIONE DELLA FESTA DEL TORRONE DI CREMONA ® PROGETTO 2023

1. TEMA E SPAZI COINVOLTI

Per l'anno 2023, la festa si svolgerà dall'11 al 19 novembre.

Gli spazi coinvolti dovranno rientrare nell'ambito della zona a traffico limitato, anche se dovranno essere valorizzate la centralità di Piazza Stradivari, Piazza del Comune, Piazza della Pace, Piazza Roma e Piazza Marconi e le vie limitrofe, nonché le vie di confluenza, da Piazza Libertà e Piazza Risorgimento, in particolare Corso Garibaldi, Corso Campi e Corso Mazzini.

E' prevista la convivenza con la presenza dei mercati bisettimanali, lasciando però a disposizione dell'organizzazione Piazza Stradivari e Piazza del Comune.

3. CONTENUTI DEL PROGETTO

Il progetto dovrà svilupparsi intorno alla valorizzazione del prodotto torrone in stretta relazione con la storia, la cultura e le tradizioni cremonesi. La proposta dovrà prevedere iniziative culturali, di spettacolo, di animazione e di degustazione rivolte a varie fasce di età e di forte richiamo turistico. Il filo conduttore di tutta l'attività prevista culturale e commerciale dovrà ispirarsi al tema della moda e deve essere declinata al titolo dell'evento che sarà "Sweet Week – Il Torrone va di moda".

Per agevolare la progettazione si indicano di seguito alcune azioni che dovranno essere comprese nella proposta:

INIZIATIVE CULTURALI E DI ANIMAZIONE

- rievocazione storica del matrimonio tra Francesco Sforza e Bianca Maria Visconti e valorizzazione dei luoghi storici del torrone;
- organizzazione di una cena, con piatti tipici e di stagione, in un luogo centrale della città (ristorante o palazzo storico), di inaugurazione della festa e in tema con l'evento;
- allestimento di un palco principale durante i due fine settimana, ubicato in Piazza del Comune che ospiterà iniziative di intrattenimento e dove sarà realizzato il grande evento finale;
- attivazione di laboratori del gusto e degustazioni guidate durante la festa;

- attivazione di laboratori ed altre attività rivolti al turismo scolastico dal lunedì al venerdì in modo da animare la città durante i giorni feriali, anche in collaborazione con le associazioni di guide turistiche del territorio ed in particolare con l'Infopoint turistico;
- Ideazione di eventi, da condividere con gli enti promotori, per la consegna di awards rivolti a personaggi cremonesi che si distinguono in quanto impegnati in ambito culturale, sociale o scientifico;
- Ideazione di eventi, da concordare con gli enti promotori, che valorizzino alcuni progetti di marketing territoriale come ad esempio il Premio Gastronomico Ugo Tognazzi (A Cena con Ugo), organizzato dalla Strada del Gusto Cremonese e il progetto East Lombardy, progetto di promozione dei territori di Cremona, Mantova, Brescia e Bergamo che promuovono i prodotti e i piatti tipici del territorio;
- proposte di collaborazione con le istituzioni culturali cittadine, in particolare con il Sistema Museale della città di Cremona che comprende tutti i musei cittadini;
- organizzazione di incontri e convegni di analisi sulle materie prime, la produzione e il consumo del torrone, in collaborazione con altre realtà italiane;
- azioni mirate a facilitare rapporti e collaborazioni con altre città con le quali si sta collaborando all'interno di reti e accordi di programma per la promozione turistica e culturale delle destinazioni;
- animazione nei luoghi interessati dalla Festa per tutta la durata della manifestazione, compresi i giorni infrasettimanali, con spettacoli itineranti giornalieri, con particolare attenzione ai gruppi locali, senza tralasciare momenti di animazione durante i giorni feriali per non perdere l'attrattività della Festa;
- spettacolo finale caratterizzato da suggestioni coreografiche e di grande richiamo;
- utilizzo di una mascotte creata per l'evento;
- Attività legate al prodotto tipico mostarda di Cremona, prodotto da imprese del territorio cremonese, in abbinamento al torrone, che dovrà avere una visibilità nel programma generale dell'evento, avere momenti di presentazione e poter essere messo in esposizione presso gli stand

Il programma degli eventi dovrà tener conto di eventuali eventi ricorrenti e già programmati, soprattutto quelli a carattere religioso eventualmente organizzati nei pressi della Cattedrale o al suo interno.

INIZIATIVE COMMERCIALI E DI MARKETING TURISTICO

- La presenza degli stand organizzati nelle zone indicate in premessa dovranno essere allestiti in modo omogeneo e dovranno rispondere ai seguenti requisiti:
 - rilievo della realtà cremonese rappresentata dalle maggiori industrie del settore e da piccoli imprenditori e artigiani locali;

- durante i fine settimana dovranno essere dedicati spazi alle produzioni artigianali a base di torrone (esempio: piccoli artigiani, pasticceri, etc.);
- spazi commerciali che prevedano la presenza delle principali aziende italiane, con particolare attenzione alle piccole produzioni regionali;
- stand riservati a produttori stranieri di torrone;
- presenza di aziende nazionali o locali produttrici di prodotti dolciari collegabili con il torrone a completamento dell'offerta commerciale;
- presenza e spazio dedicato alle tipicità gastronomiche locali, di Cremona e del territorio della Provincia di Cremona;
- attività di co-marketing con soggetti privati e pubblici;
- dovranno, inoltre, essere previste, nelle vie di confluenza verso la centralità della manifestazione, postazioni dedicate all'esposizione di prodotti inerenti la produzione del torrone e di dolci al torrone, in spazi a tema;
- predisposizione di pacchetti turistici legati all'evento, d'intesa con gli operatori del settore;
- predisposizione di itinerari turistici guidati condotti da guide ufficiali specializzate negli itinerari storici/ artistici/architettonici della città;
- predisposizione di itinerari didattici rivolti agli studenti per la conoscenza del percorso artistico della comunità cremonese;
- predisposizione di itinerari gastronomici.

In particolare dovranno essere messe in campo delle misure di coinvolgimento delle scuole per poter favorire uscite didattiche che garantirebbero un pubblico anche durante i giorni infrasettimanali. Oltre al turismo scolastico andrebbero sollecitati anche altri segmenti come quello della terza età, segmento che può godere di maggiore tempo libero e quindi in grado di visitare l'evento anche durante i giorni feriali.

INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO DELLA CITTA'

- proposte di arredo urbano declinato al tema della Festa;
- iniziative di collaborazione con pubblici esercizi (bar e ristoranti), attività commerciali ed artigianali (pasticcerie) di concerto con la cabina di regia del Distretto Urbano del Commercio da attivare anche durante i giorni feriali con la finalità di animare in modo continuo i giorni infrasettimanali (piccoli concerti, aperitivi al torrone, degustazioni, etc.);
- valorizzazione del circuito di negozi storici della città, di concerto con la cabina di regia del Distretto Urbano del Commercio.

4. COMUNICAZIONE

Nel piano di comunicazione, che sarà corredato da obiettivi che si vogliono raggiungere e i tempi entro cui andranno conseguiti, dovrà essere previsto:

- azioni off-line da prevedere:
 - attivazione di un ufficio stampa entro un mese dall'aggiudicazione con conseguente produzione di una rassegna stampa;
 - roadshow per il lancio dell'evento e conferenze stampa di presentazione (indicare il numero, la location e le modalità di organizzazione);
 - inserzioni pubblicitarie sulla carta stampata con l'indicazione del piano editoriale;
 - realizzazione cartoline di lancio dell'evento (indicare il numero di copie e dove verrà distribuita);
 - inserzioni pubblicitarie su radio e televisione di rilievo locale e nazionale;
 - realizzazione del programma di massima dell'evento in formato cartaceo da produrre con largo anticipo rispetto alla data dell'evento (indicare il numero di copie e dove verrà distribuito);
 - realizzazione del programma dettagliato dell'evento in formato cartaceo (si richiede all'organizzatore di anticipare bozza per presa visione e di indicare il numero di copie e dove verrà distribuito);
- azione off-line facoltative:
 - eventuali affissioni con l'indicazione dei luoghi e del periodo di affissione;
 - eventuali distribuzione di flyer con l'indicazione dei luoghi e del periodo di diffusione;
 - altri strumenti che si vogliono attivare ;
- azione on-line obbligatorie:
 - realizzazione di un sito web dedicato alla festa del torrone (si richiede di condividere all'organizzatore di contenuti che verranno pubblicati);
 - apertura canali social Fb,Ig e un canale Youtube dedicati alla Festa del Torrone con l'indicazione del piano editoriale e del *rich social* (bacino di utenza che si vuole raggiungere);
- azioni on-line facoltative:
 - altri strumenti che si vogliono attivare (per esempio video promozionali, podcast, etc).

5. OBBLIGHI DEL SOGGETTO AFFIDATARIO

Il soggetto affidatario della gestione deve:

- redigere il progetto riguardante la realizzazione della manifestazione, corredato da un esaustivo quadro economico;
- realizzare il progetto presentato, sotto gli aspetti sopraindicati

- reperire le risorse economiche nella misura minima di Euro 130.000,00 al netto di Iva
- gestire i rapporti con gli sponsor;
- sottoporre agli enti promotori la bozza del materiale promozionale per acquisire l'autorizzazione alla loro realizzazione;
- utilizzare la dicitura Festa del Torrione di Cremona, denominazione registrata il 17 giugno 2019 dall'Ufficio Italiano Brevetti del Ministero Sviluppo Economico, a seguito di domanda di registrazione presentata dal Comune di Cremona il 19/4/2018;
- partecipare al tavolo di lavoro composto da amministratori e tecnici esterni ed interni degli enti promotori;
- gestire in particolare il rapporto con la SIAE, l'ASST e l'adeguamento alle normative in materia di sicurezza vigenti in ordine all'organizzazione di spettacoli su area pubblica, nonché in ottemperanza a regolamenti di altri enti relativamente agli adempimenti previsti dalla normativa vigente;
- sostenere eventuali costi derivanti dall'adeguamento alle norme in materia di sicurezza citati al punto precedente;
- assumere il personale per attività a tempo determinato legato alla realizzazione del progetto presentato nel rispetto delle normative vigenti;
- presentare la rendicontazione finale costituita da una relazione finale e dal rendiconto economico entrambi sottoscritti dal legale rappresentante. Gli enti promotori avranno la facoltà di richiedere la verifica a campione delle fatture quietanzate elencate nel rendiconto economico.

Gli Enti promotori (Comune di Cremona e CCIAA), in quanto non organizzatori dell'evento, ma patrocinatori della manifestazione, sono esonerati da ogni responsabilità che dovesse derivare dai rapporti instauratisi tra l'organizzatore e gli operatori coinvolti, i quali non potranno a nessun titolo rivalersi nei confronti degli stessi Enti per inadempienze o per mancato assolvimento dei sottostanti obblighi contrattuali.