

**Allegato A**  
**Bando OgniGiorno in Lombardia – seconda edizione**

Il presente allegato può essere compilato nella misura massima di 10 pagine formato A4

**L'ALLEGATO VA COMPILATO OBBLIGATORIAMENTE IN OGNI SUA PARTE**

<b>COMUNE DI CREMONA</b>
--------------------------

<b>TITOLO INIZIATIVA: SCOPRI CREMONA, LA BOTTEGA DELLA MUSICA</b>
---

<b>Data inizio*</b>	01/05/2024	<b>Data fine*</b>	31/12/2024	<b>Luogo*</b>	CREMONA
---------------------	------------	-------------------	------------	---------------	---------

<b>CONCEPT DELL'EVENTO O DELL'INIZIATIVA DI CARATTERE ATTRATTIVO-TURISTICO</b>	
<b>Tipologia dell'evento o dell'iniziativa di carattere attrattivo-turistico*</b>	<p><input type="checkbox"/> evento e/o iniziativa di carattere attrattivo-turistico delle destinazioni lombarde da realizzare in Italia e/o all'estero</p> <p><input type="checkbox"/> evento e/o iniziativa collaterali di carattere attrattivo-turistico da realizzare in occasione di eventi di natura non turistica (in nessun caso è finanziabile l'organizzazione dell'evento di natura non turistica in quanto tale)</p> <p><i>Indicare</i></p> <p><i>Denominazione</i> <input type="checkbox"/> _____</p> <p><i>luogo</i> <input type="checkbox"/> _____</p> <p><i>data</i> <input type="checkbox"/> _____</p> <p><i>dell'evento di natura non turistica</i></p> <hr/> <p><u>Attività rivolta al pubblico consumer</u> <i>Indicare una delle attività di cui all'articolo B.2 del bando</i></p> <p><input type="checkbox"/> ristampa guide per turismo scolastico, famiglie e turismo giovane</p> <p><input type="checkbox"/> acquisto di spazi promozionali on line e off line</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> realizzazione zainetto brandizzato</p> <hr/> <p><u>Attività rivolta al pubblico business</u> <i>Indicare una delle attività di cui all'articolo B.2 del bando</i></p> <p><input type="checkbox"/> _____</p> <p><input type="checkbox"/> altro (specificare)</p> <hr/> <p><u>Attività mista pubblico consumer/business</u> <input type="checkbox"/> altro (specificare)</p> <hr/>
<b>Descrizione del contesto in cui si realizza l'evento o l'iniziativa di carattere attrattivo-turistico*</b>	<b>Inserire descrizione sintetica del contesto</b> Cremona è una destinazione emergente, che ha visto aumentare notevolmente la sua attrattività negli ultimi anni. Nonostante la grave crisi turistica provocata dalla pandemia, la città di Cremona si rivela una destinazione in forte crescita in termini di flussi attratti, come rileva il nuovo Osservatorio Turistico implementato dal Settore Cultura e Turismo del Comune di Cremona. Nonostante gli aumenti del turismo giovanile registrati, è ancora notevole il

**Allegato A**  
**Bando OgniGiorno inLombardia – seconda edizione**

	<p>lavoro di promozione e comunicazione delle esperienze turistico culturali che la città di Cremona può offrire al giovane turista e alle famiglie. E' necessario soprattutto produrre strumenti comunicativi per questo segmento di mercato, soprattutto mettere a disposizione guide ad hoc e comunicare le opportunità attraverso una specifica comunicazione.</p>
<p><b>Descrizione dettagliata dell'evento o dell'iniziativa di carattere attrattivo-turistico, delle attività e delle spese di cui si compone*</b></p>	<p><b>Inserire descrizione dettagliata dell'iniziativa</b></p> <p>Il progetto riguarda la ristampa di due guide realizzate proprio per un turismo giovane, rappresentato da studenti, giovani adulti e famiglie. Una guida dal titolo "Scopri Cremona, la bottega della musica " è stata realizzata grazie al Bando OgniGiorno InLombardia – seconda call del 2022 e che è attualmente esaurita e la seconda guida riguarda "Benvenuti a Cremona", un inbook, cioè un libro che ripropone gli stessi itinerari della prima guida ma tradotto in simboli della Comunicazione Aumentativa Alternativa (CAA), realizzata con fondi del Settore Turismo del Comune di Cremona, anch'essa esaurita. A corollario di queste due ristampe, viene costruita una attività di comunicazione e promozione attraverso la produzione di un gadget personalizzato (zainetto) e di una comunicazione on line e off line su testate editoriali mirate a dialogare con il turismo scolastico quindi con giovani e con il target famiglie, principali target personas.</p> <p><b>Attività 1 – Ristampa Guida "Scopri Cremona, la bottega della musica"</b></p> <p>La città di Cremona ha realizzato una guida per poter accompagnare i giovani studenti, famiglie e e giovani adulti alla scoperta dei suoi attrattori. E' stata realizzata con i fondi del bando OgniGiorno InLombardia – seconda call del 2022. Dopo la distribuzione della guida avvenuta nel corso del 2023 a tutte le scuole primarie del territorio provinciale, sono attualmente esaurite le 1.000 copie realizzate. Si ricorda che la guida realizzata dalla casa editrice Mediamix, che realizza la collana Divertimappe, è una guida turistica educativa e divertente che coinvolge attivamente bambini e ragazzi nella scoperta della città. Queste guide sono preziose sia per i turisti che scoprono nuove bellezze sia per i locali che si appassionano ancora di più al proprio territorio. E' stata realizzata sia nel formato cartaceo, che digitale e applicazione per tablet. Si propone in questo progetto la ristampa di n.2000 copie della guida in formato cartaceo 15x21, composto da 48 pagine, rilegata a spirale per favorirne la consultazione anche durante gli spostamenti a piedi. La guida inizia con una mappa generale della città e la presentazione dei quattro itinerari (Divertimappe) legati a un tema e presentati tutti da un personaggio storico: "La città vecchia presentata da Giovanni Baldesio; "La città nova" presentata da Bianca Maria Visconti; "Dove nascono i suoni" presentata da Antonio Stradivari; "Tradizione, scienze e natura" presentata dal Marchese Giuseppe Sigismondo Ala Ponzone. Questi personaggi saranno figure storiche realmente esistite, protagonisti di opere d'arte o letterarie. Tutti gli itinerari, oltre al titolo, hanno un colore distintivo e una mappa introduttiva. In questa mappa ci sono disegni dei monumenti/elementi naturali più caratteristici. Accanto alla mappa i lettori possono leggere una breve anticipazione di quello che potranno trovare all'interno dell'itinerario e controllare l'indice delle pagine. Dopo la mappa, ci sono le schede della guida che hanno un testo principale informativo,</p>

illustrazioni e riquadri con approfondimenti e curiosità. I riquadri comprenderanno ricette di piatti tipici, storie di leggende locali, promemoria di sagre o feste importanti, consigli per vivere in maniera più coinvolgente il viaggio. Tra i contenuti della guida spiccano quiz e giochi di diverse tipologie. Per i quiz a volte basta scegliere qual è la risposta giusta fra più possibilità, altre volte bisognerà scriverla oppure si dovranno trovare delle affermazioni false all'interno di un testo. Vengono poi proposti giochi che si possono fare direttamente sul libro (colorare le illustrazioni, trovare elementi intrusi, scegliere la strada giusta di un labirinto ecc.), attività che si possono svolgere solo sul luogo oppure vengono fornite le istruzioni per costruire dei veri oggetti con materiali facili da recuperare. Il costo comprende la ristampa di 2500 copie della guida cartacea.

€ 5.000,00 IVA compresa

### **Attività 2) Ristampa Guida “Benvenuti a Cremona**

A fianco della guida “Scopri Cremona, la bottega della musica”, è stata realizzata un'altra guida dal titolo “Benvenuti a Cremona”. Questa guida racconta gli stessi contenuti con gli stessi personaggi narranti individuati tradotti in simboli della Comunicazione Aumentativa Alternativa (CAA) diventando un inbook dove ogni simbolo è composto da un riquadro che contiene un'immagine grafica e la parola alfabetica corrispondente per comunicare a tutti coloro che hanno difficoltà di apprendimento diventando una guida inclusiva. Anche questa guida coinvolge il lettore con giochi e illustrazioni accattivanti, finalizzati ad un pubblico giovane e famiglie.

Il formato della guida è quadrato, di grandezza 21 x 21 cm, rilegato con spirale come l'altra guida. Anche questa guida, realizzata in 1000 copie nella prima edizione, è esaurita in quanto distribuita a tutte le scuole primarie del territorio cremonese. E' necessario realizzare una ristampa per poter dotare l'Infopoint, tutti i principali punti di interesse della città e le scuole del territori potenzialmente interessati ad organizzare una gita fuori porta di entrambe le guide.

Il costo comprende la ristampa di 1000 copie della guida cartacea (tiratura inferiore all'altra guida in quanto meno necessaria).

€ 3.000,00 IVA compresa

### **Attività 3) Attività di comunicazione e promozione dell'iniziativa candidata – OBBLIGATORIA –**

#### **TESTATA TUTTOSCUOLA**

Si è scelto di promuovere la città di Cremona attraverso una delle più prestigiose testate editoriali che si rivolge al mondo della scuola. Tuttoscuola - come testata di riferimento del settore ed ente accreditato MIUR per la formazione, da sempre fautrice dell'importanza educativa dei viaggi di istruzione (dal 1998 pubblichiamo l'“Annuario dei viaggi di istruzione”, guida *cult* per le scuole nella scelta delle gite scolastiche) – è vicina a tutti gli operatori del settore con diverse proposte redazionali cartacee e digitali. Verranno realizzate le seguenti inserzioni cartacee e digitali:

- **Annuario dei Viaggi di Istruzione**

E' una guida alla scelta e all'organizzazione delle gite scolastiche. Rappresenta dal '98 lo strumento ideale per raggiungere coloro che promuovono e progettano la gita. E' in preparazione l'edizione 2024, che uscirà nell'autunno del 2023. Periodicità annuale - Scaricabile gratuitamente da [tuttoscuola.com](http://tuttoscuola.com).

Uscita con n.2 pagine pubbliredazionali

- **Newsletter "TuttoscuolaNEWS"**

Le diffusissime newsletter settimanali che da 20 anni raggiungono ogni lunedì più di 130 mila iscritti, seguite attentamente nelle scuole e in tutto il mondo della scuola, sono diventate ormai una fonte di informazione privilegiata e di riflessione sul mondo della scuola. Spesso le anticipazioni della newsletter sono rilanciate dalla stampa nazionale, influenzando sui processi decisionali.

n.1 uscita con uno spot + link al nostro sito [turismocremona.it](http://turismocremona.it) indirizzata a mailing list di oltre 130mila iscritti

- **Il Portale [www.tuttoscuola.com](http://www.tuttoscuola.com)**

E' definito dal "Corriere della sera" e dal "Sole 24 Ore" come uno dei siti di riferimento più linkati del web. Contiene un archivio con oltre 40 mila notizie e 5milioni di visitatori unici/anno. Il portale [tuttoscuola.com](http://tuttoscuola.com), offre un notiziario quotidiano che informa costantemente sulle novità di interesse per il mondo della scuola e presenta numerose nuove sezioni con target mirati, tra cui: genitori, studenti e il cantiere della didattica, interamente dedicati ai contenuti dell'argomento. Una delle caratteristiche di maggiore novità e interesse del nuovo [tuttoscuola.com](http://tuttoscuola.com) è che l'innovativa struttura del portale - suddivisa per pagine target (professione scuola, genitori e studenti) e per canali tematici (turismo scolastico, cantiere della didattica, etc.) - consente di raggiungere il vostro target in maniera mirata, ottimizzando l'investimento.

n.1 uscita con un banner 300x250 pixel per 1 mese

Costo complessivo delle inserzioni on e off line € 2.000,00 IVA compresa

#### **RIVISTA TOURING**

E' il mensile pensato e realizzato per gli iscritti al Touring Club Italiano. Viene distribuito in esclusiva ed è parte integrante dell'offerta Touring. È dal giorno della sua fondazione che il Touring Club Italiano dialoga con gli iscritti grazie alla sua rivista mensile. Erede di questa lunga tradizione è Touring, una pubblicazione realizzata dai giornalisti della redazione con la collaborazione di scrittori e fotografi, critici d'arte e geografi. Una rivista di turismo e non solo che ogni mese offre in esclusiva agli iscritti reportage, inchieste, rubriche, un almanacco ricco di segnalazioni di mostre, spettacoli ed eventi, senza dimenticare gli approfondimenti su tutte le attività TCI. Ogni numero della rivista aiuta a scoprire nuove storie e nuove mete, ma anche a organizzare weekend, esplorare Paesi lontani e borghi accoglienti dietro casa.

Costo per l'acquisto di n.2 pagine promoredazionali € 2.500,00 IVA compresa

#### **ZAINETTI BRANDIZZATI**

**Allegato A**  
**Bando OgniGiorno inLombardia – seconda edizione**

	<p>Verranno realizzati degli zainetti brandizzati che verranno omaggiati alle scolaresche che decideranno di organizzare viaggi di istruzione a Cremona e anche alle famiglie e piccoli gruppi con giovani e bambini al seguito in modo che possano contenere le guide realizzate e che possano da fungere da veicoli promozionali dell'immagine iconografica del nostro Infopoint e del sito <a href="http://www.turismocremona.it">www.turismocremona.it</a>, portle turistico del Comune di Cremona, inserito nell'EDT di Regione Lomabardia. Gli zainetti saranno certificati ECOGETTI CERTIFICATA GREENGUARD. La certificazione GreenGuard, di importanza internazionale, viene rilasciata per prodotti (e in questo caso inchiostri) che assicurano un basso rilascio di sostanze chimiche nell'ambiente in cui vengono usati, per ridurre al massimo l'esposizione ad agenti potenzialmente dannosi per le persone che vivono quegli stessi spazi. La certificazione è rilasciata dall'Organismo di Controllo UL (Underwriters Laboratories) e nella sua versione standard "Greenguard Gold Certification" ha parametri di verifica molto rigidi. Una vera garanzia di qualità e attenzione alla salute e all'ambiente. Gli zainetti sarà realizzato in cotone riciclato con doppie cuciture, portata fino a 9 kg co corde in cotone con anelli im metallo, chiusura a coulisse 100% eco-friendly – dimensione 330x450 mm, personalizzati ad un colore su un lato. Il costo per la fornitura di n.1000 zainetti è di € 2.000,00 IVA compresa.</p>
<b>L'evento o l'iniziativa di carattere attrattivo-turistico sono già stati realizzati in precedenza*</b>	NO
<b>Se sì, inserire altre informazioni sulle precedenti edizioni*</b>	
<b>Target personas al quale l'iniziativa si rivolge*</b>	<p>Famiglie, <i>Generazione Z</i>, Millenials          Scuole di primarie del territorio circostante la provincia di Cremona          Infopoint di Cremona, dei capoluoghi lombardi e quelli più significativi delle regioni limitrofe          Sistema museale cittadino</p>
<b>Segmento turistico prevalente*</b>	Scolastico - culturale – musicale -
<b>Mercato turistico target*</b>	si vuole intercettare un pubblico di prossimità, nord e centro Italia, attratto dalle città d'arte, dalla musica e dalla ricerca di nuove destinazioni in alternativa alle classiche mete italiane.
<b>Soggetti coinvolti*</b>	Tavolo del Turismo coordinato dal Comune di Cremona al quale sono rappresentate le associazioni di categoria, la Camera di Commercio, il Museo del Violino, il Teatro Ponchielli e la Fiera di Cremona; l'Informagiovani del Comune di Cremona; il settore politiche educative del Comune di Cremona; il Sistema Museale della città di Cremona; la rete delle scuole di musica regionale e provinciale.

**ELEMENTI PROGETTUALI**

<b>Qualità della proposta dell'evento o dell'iniziativa di promozione turistica*</b>	<p><b>Completezza della descrizione dell'iniziativa e adeguatezza di finalità, obiettivi e target</b></p> <p><b>Finalità</b></p> <p>La finalità di progetto è quella di ristampare guide studiate ad hoc per il target di riferimento rappresentato da un pubblico giovane, famiglie e dal turismo scolastico. La pandemia ha praticamente azzerato il turismo legato alle uscite didattiche ed è importante rilanciare questo segmento, con prodotti specifici. La possibilità di avere una guida che possa raccontare con un linguaggio adeguato e con una modalità coinvolgente Cremona e il suo territorio e l'accostamento di una guida inclusiva, tradotta in simboli CAA è fondamentale sia per i flussi outdoor, ma anche per i residenti che spesso non conoscono le eccellenze della città in cui risiedono. Il progetto è formato anche da azioni che mirano a promuovere la destinazione su specifiche testate redazionali che permettono di raggiungere lettori del mercato target come le famiglie e interessati a piccoli centri d'arte (Touring) e testate che si rivolgono al mondo della scuola e in particolare agli insegnanti che devono orientare le proprie uscite didattiche e viaggi di istruzione. Lo zainetto brandizzato, il gadget realizzato per questo progetto, intende accentuare l'esperienza positiva del viaggio, lasciando un ricordo tangibile della visita alla città di Cremona.</p> <p><b>Obiettivi</b></p> <p>Gli obiettivi sono diversi: aumentare il flusso del turismo scolastico, giovane, delle famiglie, di prossimità, fondamentale per ampliare i segmenti turistici presenti in città; avvicinare un pubblico giovane alla scoperta delle città d'arte, spesso ritenute poco attrattive, attraverso modalità di promozione e comunicazione più adeguate a questo tipo di turisti; colmare una lacuna nella proposta culturale verso un segmento di turismo che ha bisogno di essere coinvolto con strumenti targettizzati.</p> <p><b>Target</b></p> <p>E' fondamentale ampliare la tipologia di turisti in arrivo in città e cercare di stimolare i segmenti di visitatori che sono meno numerosi. Il principale target è coinvolgere gli insegnanti, in particolare quelli delle scuole primarie e secondarie di primo grado, in quanto sono coloro che propongono, in base ai programmi e alle attività didattiche, le visite scolastiche. Altro segmento individuato che ha necessità di essere ampliato in termini di flusso, è quello relativo ai giovani adulti e alle famiglie.</p> <p><b>Risultati attesi con indicazione di metriche e indicatori di performance (valutazione ex ante)</b></p> <p><i>Risultati attesi (valutazione ex ante)</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <i>n. accessi all'infopoint anno 2023: 45.857 (fonte Comune di Cremona)</i></li><li>2. <i>n. pernottamenti anno 2023 (Il dato sarà desunto in fase di consuntivazione in quanto i dati ISTAT non sono ancora stati consolidati) - fonte Provincia di Cremona</i></li></ol>
--	---

	<p>3. <i>n.ingressi al sistema museale cittadino anno 2023: 251.310 (fonte Comune di Cremona)</i></p> <p>- <i>Obiettivo da raggiungere</i></p> <p>a) <i>Aumento del 5% accessi infopoint nel 2024 rispetto al 2023</i></p> <p>b) <i>Aumento del 10% pernottamenti 2024 rispetto al 2023</i></p> <p>c) <i>Aumento del 10% ingressi al sistema museale nel 2024 rispetto al 2023</i></p> <p>Non avendo dati qualitativi rispetto alle fasce di età dei turisti che pernottano nelle strutture ricettive e nemmeno dei visitatori dei musei, ma solo quantitativi (dati ISTAT oppure del Sistema Museale di Cremona), non si può ipotizzare un aumento dei flussi dei target individuati.</p> <p><b><i>La rilevazione degli indicatori sarà annuale.</i></b></p> <hr/> <p><b>Indicazione dei canali e degli strumenti di promozione turistica</b> <i>Strategia di promozione turistica e Individuazione dei canali on line e off line prescelti</i></p> <p>Si sono scelte due testate giornalistiche che si rivolgono al mercato target: la rivista mensile Touring targetizzata per un pubblico affezionato e attratto da mete turistiche culturali e la testata Tuttoscuola (annuario, banner sul sito e newsletter) che si rivolge proprio agli insegnanti che devono scegliere le mete per le uscite didattiche e per le visite di istruzione. Inoltre verrà utilizzato l'Infopoint turistico per la promozione e la diffusione al visitatore target delle guide prodotte.</p> <p><i>Livello di copertura mediatica (locale, regionale, nazionale, internazionale)</i></p> <p>La copertura mediatica riguarderà il nord Italia e in particolare il territorio di prossimità</p>
<p><b>Congruità del piano di investimento dell'iniziativa di promozione turistica*</b></p>	<p><b>Visibilità della destinazione e capacità di attrazione di flussi turistici in Lombardia</b></p> <p>Il progetto include strumenti di promozione della destinazione Cremona ad un target mirato di insegnanti che determinano le mete per le uscite didattiche come per esempio l'inserzione sulla rivista annuale TuttoScuola che arriva ad oltre 32.000 insegnanti profilati. L'azione di sensibilizzazione verso questo target è potenziata dall'invio di una newsletter che aggiunge informazioni e aggiornamenti rispetto ai contenuti dell'offerta ed anche dalla scheda dedicata che per un mese rimarrà pubblicata sul sito e che potrà essere aggiornata in tempo reale.</p> <p>La ristampa delle due guide “Scopri Cremona, la bottega della musica” e “Benvenuti a Cremona”, progettata ad hoc per ingaggiare e coinvolgere il pubblico lettore, sono due prodotti di sensibilizzazione di un target ancora molto giovane e potenzialmente molto rilevante nella scelta delle famiglie di un “giro fuori porta” alla scoperta di luoghi che vengono trattati a scuola. Le guide vogliono rappresentare una proposta dell'offerta turistica tradotta in un linguaggio adeguato al target, attraverso tour alla scoperta della città con personaggi famosi, quiz, giochi e cacce al tesoro.</p> <p>L'obiettivo che si pone il progetto è quello di promuovere la destinazione affinché</p>

	<p>possa sempre più attrarre un turismo culturale giovane, famiglie, scolastico, che possa rimanere sul territorio anche una notte o più per tendere ad allungare la permanenza media in città e che ricerca nuove destinazioni in alternativa alle consuete mete.</p> <p><b>Articolazione del percorso dell’iniziativa e relativo cronoprogramma per la sua realizzazione</b></p> <p><i>Cronoprogramma (progettazione, realizzazione, acquisizione dei servizi)</i></p> <p>L'Attività 1) e 2) verranno progettate entro il mese di maggio 2024 e verranno realizzate entro il mese di giugno 2024. L'attività 3) verrà progettata nel mese di maggio e verrà realizzata nel semestre giugno-dicembre 2024.</p> <p><b>Congruità e coerenza delle singole voci spesa rispetto alla proposta progettuale</b></p> <p><b>Attività 1 – Ristampa guida “Scopri Cremona, la bottega della musica”</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ristampa della guida turistica per bambini e famiglie della serie Divertimappe. Prodotto editoriale di 48 pagine, con e-book per il web, con concessione dei diritti di stampa. La guida, rivolta ai ragazzi delle scuole primarie e secondarie di primo grado e alle loro famiglie, descriverà Cremona attraverso percorsi sviluppati in maniera intrigante e coinvolgente. Ogni percorso (Divertimappa) sarà introdotto da una cartina sulla quale saranno indicati i luoghi narrati con un linguaggio adeguato al target di riferimento. Tutte le pagine conterranno, oltre alle informazioni sui luoghi, illustrazioni vivaci e colorate, box di curiosità, approfondimenti, giochi da fare sul posto e a casa. Si ritiene che il prodotto sia congruo al progetto in termini di costi rispetto al budget complessivo in quanto rappresenta il prodotto editoriale principale insieme alla ristampa della guida “Benvenuti a Cremona”.</li><li>• Verranno realizzate 2.500 copie cartacee per € 5.000,00 IVA compresa</li></ul> <p><b>Attività 2 – Ristampa guida “Benvenuti a Cremona”</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• A fianco della guida “Scopri Cremona, la bottega della musica”, verrà ristampata la guida “Benvenuti a Cremona”. Questa guida racconta gli stessi contenuti con gli stessi personaggi narranti individuati, tradotta in simboli della Comunicazione Aumentativa Alternativa (CAA), diventando un inbook dove ogni simbolo è composto da un riquadro che contiene un'immagine grafica e la parola alfabetica corrispondente per comunicare a tutti coloro che hanno difficoltà di apprendimento diventando una guida inclusiva. Anche questa guida coinvolge il lettore con giochi e illustrazioni accattivanti, finalizzati ad un pubblico giovane e famiglie.</li><li>• Verranno realizzate n.1.000 copie cartacee per € 3.000,00 IVA compresa</li></ul> <p><b>Attività 3) Attività di comunicazione e promozione dell'iniziativa candidata – OBBLIGATORIA –</b></p> <p>Il progetto si completa con l'attività di comunicazione e promozione dell'iniziativa</p>
--	--

**Allegato A**  
**Bando OgniGiorno inLombardia – seconda edizione**

	<p>che si ritiene congrua rispetto al costo complessivo del progetto in quanto è stato riservato poco meno del 50% dell'investimento complessivo a sostegno di questa attività.</p> <p>Si è scelto di promuovere la città di Cremona attraverso una delle più prestigiose testate editoriali che si rivolge al mondo della scuola. Tuttoscuola - come testata di riferimento del settore ed ente accreditato MIUR per la formazione, da sempre fautrice dell'importanza educativa dei viaggi di istruzione (dal 1998 pubblichiamo l' "Annuario dei viaggi di istruzione", guida <i>cult</i> per le scuole nella scelta delle gite scolastiche) – è vicina a tutti gli operatori del settore con diverse proposte redazionali cartacee e digitali.</p> <p>Per ampliare la paltea del target di mercato individuato, si è deciso di acquistare degli spazi promoredazionali sulla rivista <b>Touring</b>, mensile pensato e realizzato per gli iscritti al Touring Club Italiano, è una pubblicazione realizzata dai giornalisti della redazione con la collaborazione di scrittori e fotografi, critici d'arte e geografi. Una rivista di turismo e non solo che ogni mese offre in esclusiva agli iscritti reportage, inchieste, rubriche, un almanacco ricco di segnalazioni di mostre, spettacoli ed eventi, senza dimenticare gli approfondimenti su tutte le attività TCI. Ogni numero della rivista aiuta a scoprire nuove storie e nuove mete, ma anche a organizzare weekend, esplorare Paesi lontani e borghi accoglienti dietro casa.</p> <p>Infine si è pensato di realizzare uno zainetto brandizzato, gadget molto diffuso e utilizzato da giovani studenti e famiglie, per poter lasciare un ricordo dell'esperienza vissuta a Cremona.</p>
--	--

<b>BUDGET</b>	
<b>Spesa di comunicazione e promozione dell'iniziativa candidata - OBBLIGATORIA*</b>	€ 6.500,00 IVA compresa
<b>Acquisizione, tramite soggetti terzi, di altri servizi funzionali all'evento o all'iniziativa di carattere attrattivo-turistico candidata*</b>	€ 8.000,00 IVA compresa
<b>TOTALE*</b>	€ 14.500,00 IVA compresa

<b>MATERIALE PROMOZIONALE DA REALIZZARE</b>	
<b>Dettaglio e motivazione della realizzazione di materiale promozionale on line e off line</b>	<p>Strumenti/materiali di comunicazione on line (descrivere quali)</p> <p>Testata TuttoScuola:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• n.1 newsletter con spot + link al nostro sito <a href="http://turismocremona.it">turismocremona.it</a> indirizzata a mailing list di oltre 130mila iscritti</li> <li>• n.1 banner 300x250 pixel nella sezione dedicata <a href="http://www.tuttoscuola.com/turismo">www.tuttoscuola.com/turismo</a> per 1 mese</li> <li>• copia digitale dell'Annuario dei Viaggi di Istruzione Tuttoscuola scaricabile dal sito <a href="http://tuttoscuola.com">tuttoscuola.com</a></li> </ul> <p>Strumenti/materiali di comunicazione off line (descrivere quali)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Annuario dei Viaggi di Istruzione Tuttoscuola nell'edizione 2024 che uscirà nell'autunno – acquisto di n.2 pagine publiredazionali</li> <li>• Testata mensile Touring – acquisto n.2 pagine publiredazionali</li> </ul>

**Allegato A**  
**Bando OgniGiorno inLombardia – seconda edizione**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zainetto brandizzato con logo Infopoint</li> <li>• guida “Scopri Cremona, la bottega della musica”</li> <li>• guida “Benvenuti a Cremona”</li> </ul>
<b>Tempi di realizzazione e diffusione del materiale promozionale</b>	La diffusione delle due guide verrà realizzata entro il mese di ottobre 2024. Gli zainetti brandizzati saranno veicolati durante tutto il 2024
<b>Modalità di diffusione e distribuzione del materiale promozionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le due guide saranno distribuite all'Infopoint della città, nei punti di maggior interesse (Sistema museale cittadino) e inviate a insegnanti selezionati della scuola primaria del territorio circostante la provincia di Cremona. Alcune copie saranno tenute a disposizione per ulteriori invii a scuole/insegnanti e distribuite in occasione di importanti eventi che coinvolgeranno i target di riferimento;</li> <li>• lo zainetto brandizzato sarà distribuito presso l'Infopoint del capoluogo e in tutti gli Infopoint del territorio cremonese, nonché durante alcuni importanti eventi che coinvolgeranno i target di riferimento</li> </ul>
<b>Dove viene diffuso il materiale promozionale</b>	Al punto precedente, oltre alla modalità, sono stati definiti anche i luoghi di diffusione del materiale promozionale prodotto.

<b>REGOLE OPERATIVE IN TERMINI DI COMUNICAZIONE</b>	
<b>Indicare il materiale on line e off line in cui sarà utilizzata la dicitura “con il contributo di”, i brand inLombardia e Regione Lombardia *</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guida “Scopri Cremona, la bottega della Musica”, realizzata in 2.500 copie</li> <li>• Guida “Benvenuti a Cremona”, realizzata in 2.000 copie</li> <li>• Publiredazionale Touring</li> <li>• Publiredazionale Annuario dei Viaggi di Istruzione – Tuttoscuola in formato cartaceo e digitale</li> <li>• newsletter con spot + link al nostro sito turismocremona.it indirizzata a mailing list di oltre 130mila iscritti</li> <li>• n.1 banner 300x250 pixel nella sezione dedicata <a href="http://www.tuttoscuola.com/turismo">www.tuttoscuola.com/turismo</a></li> <li>• zainetto brandizzato</li> </ul>
<b>Indicare le attività di promozione che saranno raccordate con i canali social inLombardia, secondo le regole previste dal bando*</b>	<b>Non sono previste campagne social</b>
<b>Indicare modalità di evidenza nelle cartelle stampa e nei comunicati stampa delle iniziative che il progetto è realizzato con il concorso di risorse di Regione Lombardia*</b>	SI'