

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

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

<b>TITOLO PALINSESTO</b>	“Navigando fra Storia, Fiume e Sapori - un percorso esperienziale in un territorio autentico della Lombardia”			
<b>TURISTICO PREVALENTE DEL PALINSESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turisti enogastronomici</li> <li>• Appassionati di natura e outdoor</li> <li>• Turisti culturali e storici</li> <li>• Turismo sostenibile e ecoturismo</li> </ul>			
<b>TARGET PERSONAS CUI SI RIVOLGE IL PALINSESTO</b>	<p><b>Enti pubblici:</b> Comuni coinvolti nel partenariato; Camere di Commercio, Regione Lombardia; <b>Imprese turistiche locali:</b> Agenzie di viaggio e tour operator; Operatori di noleggio imbarcazioni; Strutture ricettive; Ristoranti e trattorie tipiche; guide e accompagnatori turistici; Cantine e produttori enogastronomici;</p> <p><b>Associazioni e cooperative:</b> associazioni culturali e turistiche; Cooperative di pescatori; associazioni sportive di tradizioni remiere; <b>Organizzazioni di marketing e comunicazione:</b> agenzie di marketing territoriale (DMO, Consorzi Turistici locali); siti web e piattaforme di turismo dei soggetti coinvolti nel progetto;</p> <p><b>Stakeholder Sociali:</b> residenti e associazioni locali; scuole e istituti educativi.</p>			
<b>MERCATO TURISTICO TARGET PREVALENTE DEL PALINSESTO</b>	Turisti locali (Lombardia) - provenienza: visitatori provenienti da altre province lombarde, ma anche dalle province vicine come Verona (Veneto) o Parma (Emilia-Romagna). Motivazioni: il palinsesto proposto attira un pubblico che cerca esperienze a corto raggio, per escursioni giornaliere o weekend. La Lombardia ha un ampio bacino di residenti che potrebbero essere interessati a scoprire i tesori nascosti dei fiumi e delle tradizioni locali, approfittando della vicinanza ai luoghi di interesse.			
<b>ELENCO EVENTI DEL PALINSESTO IN ORDINE CRONOLOGICO</b>	<b>PARTNER</b>	<b>TITOLO EVENTO</b>	<b>DATA</b>	<b>LUOGO</b>
	Comune di Pavia	A pelo d'acqua. Alla scoperta del Ticino tra tradizione remiera e enogastronomia	10/11 maggio 20/21 settembre	Pavia
	Comune di Mantova	Mantova, Città d'acqua, sapori e poesia, sulle tracce di Virgilio	16 agosto - 15 ottobre	Mantova, Borgo Virgilio, Grazie di Curtatone
	Comune di Cremona	Bici Barca Po Experience	7-14-21-28 settembre	Cremona, Stagno Lombardo, Isola Serafini
	Comune di Lodi	Le Forme del Gusto	26/27/28 settembre	Lodi
	Comune di Bergamo	Festival Agricoltura e diritto al cibo evento Bergamo Wine Experience	25-26 ottobre	Bergamo

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

<b>DESCRIZIONE DETTAGLIATA DEL PALINSESTO</b>	<p>Il progetto <b>"Navigando tra Storia, Fiumi e Sapori"</b> è un viaggio attraverso le iniziative proposte da un territorio ampio della Lombardia, che unisce cinque territori ricchi di storia, natura e tradizioni culinarie: Bergamo, Cremona, Lodi, Mantova e Pavia . Questo palinsesto di eventi, pensato per offrire un'esperienza unica e coinvolgente mette in luce la cultura fluviale e la ricchezza enogastronomica del territorio. Ogni evento è un'occasione per vivere il paesaggio lombardo da una prospettiva diversa, esplorando non solo i luoghi, ma anche le storie che li rendono speciali e i sapori che li caratterizzano. Ogni evento del progetto sarà accompagnato da un calendario coordinato e narrato da un blogger, che documenterà l'esperienza in tempo reale, creando un filo diretto tra i partecipanti e il territorio. L'acqua, simbolo di questo progetto, sarà il filo conduttore che unisce le diverse iniziative, proponendo ai visitatori un'esperienza sensoriale e immersiva che attraversa i fiumi, i laghi e le tradizioni della Lombardia. Con degustazioni, sport, cultura e natura, il progetto invita a vivere la regione in modo autentico e sostenibile, riscoprendo il legame profondo tra il paesaggio e la sua gente.</p> <p><b>PALINSESTO</b></p> <p><b>Evento 1 (Cremona) – attività "Bici e Barca Po Experience", € 14.500,00</b> offrirà un'avventura che unisce navigazione fluviale e cicloturismo. Durante le domeniche di settembre 2025 (o fino a metà ottobre, a seconda delle condizioni meteo), i partecipanti potranno esplorare il fiume Po su una motonave, per poi proseguire in bicicletta lungo i sentieri panoramici della pianura padana, scoprendo scorci suggestivi e gustando i prodotti tipici cremonesi a bordo. Un evento che sa di scoperta, avventura e turismo slow, pensato per famiglie, ciclisti e appassionati di natura e buona cucina.</p> <p><b>Evento 2 (Mantova) – attività Mantova, Città d'acqua, sapori e poesia, sulle tracce di Virgilio, € 14.500,00</b> celebrerà il legame tra la città di Mantova e il suo patrimonio storico e poetico. In un itinerario che attraversa la Riserva Naturale della Vallazza, i partecipanti potranno riscoprire i luoghi legati al poeta Virgilio, navigare sui laghi di Mantova e assaporare i prodotti tipici del territorio, immergendosi in un'esperienza che unisce letteratura, natura e gastronomia di qualità.</p> <p><b>Evento 2 (Pavia) – attività "A pelo d'acqua. Alla scoperta del Ticino tra tradizione remiera e enogastronomia", € 14.500,00</b> sarà un'immersione nella tradizione remiera e nella biodiversità del fiume Ticino. Attraverso sport d'acqua come la canoa e il dragonboat, escursioni lungo i sentieri naturalistici e degustazioni di eccellenze enogastronomiche pavesi, i partecipanti potranno esplorare la città di Pavia e il suo fiume da una prospettiva intima, con un'offerta che unisce sport, natura e cucina locale in un'esperienza autentica.</p> <p><b>Evento 4 (Lodi) – attività "Le Forme del Gusto – 13<sup>a</sup> edizione Festival delle Eccellenze Agroalimentari", € 14.500,00</b> L'evento proporrà una serie di eventi che valorizzano i sapori del Lodigiano. Dalla mostra-mercato di prodotti agroalimentari alla degustazione di piatti tipici, passando per crociere sull'Adda e visite guidate alla città di Lodi, questa manifestazione offre un'esperienza completa di scoperta della cultura gastronomica e delle tradizioni del territorio, in una cornice naturale e storica che rende ogni tappa unica.</p> <p><b>Evento 5 (Bergamo) Festival Agricoltura e Diritto al cibo evento " Bergamo Wine Experience " - importo € 14.500,00</b> L'evento "Bergamo Wine Experience" unirà numerose cantine della bergamasca</p>
---	---

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

	<p>in una mostra mercato con degustazioni di vino e prodotti tipici del territorio. Si svolgerà nel nuovo polo cittadino "Chorus Life" ad ottobre.</p> <p>Saranno coinvolti anche food influencer, con focus su cucina vegetariana e vegana, che valorizzeranno i prodotti locali anche attraverso showcooking in chiave contemporanea e sostenibile.</p>
--	---

**ELEMENTI PROGETTUALI DEL PALINSESTO**

<p><b>Qualità ed efficacia del progetto</b></p>	<p><b>Completezza della descrizione del progetto e adeguatezza di finalità, obiettivi e target</b></p> <p><b>Finalità</b></p> <p>Il progetto "Navigando tra Storia, Fiumi e Sapori" ha come obiettivo la promozione di un turismo sostenibile, lento e immersivo che valorizzi le risorse naturali, culturali ed enogastronomiche di un vasto territorio della Lombardia. Attraverso un palinsesto di eventi uniti dal tema dell'acqua, il progetto intende riscoprire il legame profondo tra i corsi d'acqua e le tradizioni locali, contribuendo a rafforzare l'identità territoriale e a sensibilizzare i visitatori verso una fruizione consapevole e responsabile del patrimonio naturale e culturale. L'iniziativa mira a stimolare l'interesse verso il turismo rurale e fluviale, promuovendo al contempo la crescita dell'economia locale attraverso il coinvolgimento degli operatori turistici, culturali ed enogastronomici.</p> <p><b>Obiettivi</b></p> <p>Gli obiettivi principali del progetto sono:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Valorizzare il patrimonio naturale e culturale:</b> attraverso esperienze di navigazione, cicloturismo, visite naturalistiche, sport d'acqua e gastronomia, si punta a far conoscere la bellezza e l'unicità dei territori lombardi, con particolare attenzione alla sostenibilità e alla tutela dell'ambiente.</li> <li>2. <b>Promuovere il turismo sostenibile e slow:</b> incentivando un turismo che rispetti il territorio e ne esprima le tradizioni attraverso itinerari a basso impatto ambientale, come cicloturismo e navigazione fluviale.</li> <li>3. <b>Sostenere l'economia locale:</b> coinvolgendo attivamente le piccole imprese e gli operatori locali del settore enogastronomico, turistico e culturale, favorendo la crescita economica delle comunità attraverso il turismo esperienziale.</li> <li>4. <b>Creare una rete territoriale</b> che unisca diversi comuni lombardi, promuovendo la collaborazione tra enti locali, operatori turistici e culturali, creando un'offerta integrata e attrattiva per il turista.</li> </ol> <p><b>Target</b></p> <p>Il progetto si rivolge a diversi target di pubblico:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Turisti di prossimità</b> interessati a un tipo di turismo esperienziale che unisca natura, cultura, sport e gastronomia, con una particolare attenzione al turismo sostenibile e a quello rurale.</li> <li>2. <b>Famiglie</b> alla ricerca di esperienze all'aria aperta che combinano attività sportive leggere e momenti di scoperta culturale e gastronomica, in un ambiente naturale sicuro e coinvolgente.</li> <li>3. <b>Ciclisti e appassionati di sport d'acqua</b> che desiderano esplorare la Lombardia in modo attivo, praticando sport a contatto con la natura e</li> </ol>
---	--

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

	<p>scoprendo i percorsi fluviali e ciclabili che la regione offre.</p> <p>4. <b>Appassionati di enogastronomia</b> che cercano esperienze gastronomiche autentiche, scoprendo i sapori tipici delle diverse zone lombarde, attraverso degustazioni che mettano in risalto i prodotti locali di eccellenza.</p>
<p style="color: blue;"><b>Distintività del progetto</b></p>	<p>Il progetto "Navigando tra Storia, Fiumi e Sapori" si allinea pienamente con i principi e gli obiettivi di "Lombardia Style", promuovendo l'autenticità, la tradizione e la qualità della vita lombarda. Le attività proposte, come crociere fluviali, escursioni in bicicletta e sport d'acqua, celebrano il legame profondo tra la Lombardia e i suoi fiumi, simboli di storia e sostenibilità. La forte componente enogastronomica del progetto valorizza i prodotti tipici locali, raccontando la tradizione gastronomica attraverso degustazioni di eccellenze come vini, formaggi, riso e salumi. Inoltre, il progetto promuove un turismo responsabile e sostenibile, utilizzando i fiumi come mezzo di esplorazione naturale. In questo modo, "Navigando tra Storia, Fiumi e Sapori" offre un'esperienza che celebra le tradizioni locali, la bellezza del territorio e le sue eccellenze enogastronomiche, in perfetta sintonia con i valori di "Lombardia Style".</p> <p><b>Visibilità della destinazione e capacità di attrazione di flussi turistici in Lombardia</b></p> <p>Il progetto "<b>Navigando tra Storia, Fiumi e Sapori</b>" ha un forte potenziale di <b>aumento della visibilità</b> e di <b>attrazione turistica</b> per i comuni coinvolti, con un impatto positivo sul flusso di visitatori verso le destinazioni comprese nel partenariato. Grazie alla proposta di eventi unici che combinano crociere, escursioni in bicicletta, cultura e attività legate alla tradizione remiera, il progetto contribuisce a valorizzare il <b>patrimonio culturale, naturale e gastronomico</b> della Lombardia, creando una proposta turistica integrata che si distingue nel panorama regionale. L'organizzazione di eventi tematici, la valorizzazione dei fiumi e dei percorsi ciclabili tra le città d'arte e degustazioni di prodotti tipici, favorirà un <b>incremento dei flussi turistici</b>, attirando sia i turisti locali che quelli da altre regioni limitrofe. Il progetto ha inoltre un chiaro obiettivo di <b>destagionalizzare i flussi turistici</b>, estendendo la stagione turistica oltre i mesi estivi, con eventi che si concentrano durante tutto l'anno, contribuendo a un afflusso di visitatori anche nei periodi di bassa stagione. Questo porterà a un aumento della <b>durata media del soggiorno</b> e ad un'ulteriore <b>valorizzazione dell'offerta turistica locale</b>, con benefici per la filiera turistica che comprende strutture ricettive, ristoranti, trasporti e negozi locali. Inoltre, il progetto rafforzerà la <b>brand awareness</b> dei comuni coinvolti, consolidando l'immagine della Lombardia come una destinazione che offre <b>esperienze turistiche diversificate</b>, a contatto con la natura, la cultura e la tradizione, e promuovendo il "<b>Lombardia Style</b>" come sinonimo di qualità, autenticità e sostenibilità.</p>
<p>Articolazione del piano di promozione del palinsesto di eventi e dei singoli eventi (inserire un numero di eventi pari al numero dei partner capofila compreso)</p>	<p>Indicazione dei canali e degli strumenti di promozione turistica del palinsesto Strategia di promozione turistica del palinsesto</p> <p>Il progetto "Navigando tra Storia, Fiumi e Sapori" mira a promuovere la valorizzazione dei territori attraversati da fiumi storici della Lombardia, unendo cultura, enogastronomia e paesaggio. La strategia di promozione turistica si articola su una combinazione di canali online e offline, che permetteranno di raggiungere un pubblico ampio e diversificato, coinvolgendo sia i residenti che i turisti e visitatori delle aree geografiche limitrofe ai territori di Pavia, Mantova e Cremona. Di seguito, sono elencati i canali prescelti:</p> <p><b>Canali Online:</b> <b>Social Media: Instagram, Facebook, YouTube</b>, in particolare l'utilizzo delle piattaforme social dei soggetti partner coinvolti nel progetto per raccontare storie</p>

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

visive e dinamiche legate al progetto. Saranno pubblicate immagini, video e storie per stimolare l'interesse verso i percorsi fluviali, le tradizioni enogastronomiche e le esperienze locali; **Newsletter e Marketing via Email:** invio di newsletter periodiche gestite dagli Infopoint Turistici del territorio coinvolto per promuovere gli eventi del palinsesto ad una mailing list di appassionati di turismo culturale ed enogastronomico; **Collaborazioni con Influencer e Blog di Viaggio:** Coinvolgimento di influencer che possano raccontare le esperienze vissute nel corso del progetto attraverso articoli, video e post sui propri canali social.

**Canali Offline: Stampa e Pubblicità Tradizionale; realizzazione di Gadget brandizzati**

**Livello di Copertura Mediatica:** il piano di promozione del progetto prevede una copertura mediatica strategica che abbraccia un territorio di prossimità per sensibilizzare la comunità lombarda sull'importanza di riscoprire il patrimonio culturale, naturalistico e gastronomico del territorio meridionale della regione. Indicazione dei canali e degli strumenti di promozione turistica degli eventi

#### **EVENTO 1 - Cremona**

**Canali On line: Instagram:** pagina turismocremona e della società armatoriale scelta; **Facebook:** pagina turismocremona e della società armatoriale scelta; **newsletter del servizio turismo – Comune di Cremona:** per approfondire i dettagli dell'esperienza e per inviare aggiornamenti via newsletter ai partecipanti.

Inoltre sarà prevista una quota parte per l'affidamento incarico Food Blogger per la narrazione del palinsesto complessivo

**Off Line: Materiale cartaceo:** Distribuzione di brochure, volantini e poster in punti di interesse turistico (uffici turistici, stazioni, alberghi) e nelle fiere del turismo; **Media tradizionali:** Comunicati stampa per sensibilizzare il pubblico sull'offerta turistica

**Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali online**

**Post e Stories giornalieri con Hashtags dedicati** unici come #BiciEBarcaPo, #EsperienzaPo, #TurismoSostenibilePo, che invogliano i partecipanti a condividere le loro esperienze, oltre ai tag che sono previste dal bando Lombardia Style.

**Instagram Ads:** Campagne pubblicitarie sponsorizzate

**Facebook:** inizio della campagna un mese prima della prima data in programma

**Newsletter:** Invio di una newsletter mensile a tutti i sottoscrittori, con articoli recenti, offerte speciali, e link per la prenotazione delle escursioni. La newsletter comincerà 2 mesi prima dell'evento e sarà inviata settimanalmente durante il periodo di promozione.

**Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali offline**

**I comunicati stampa**

**Il programma cartaceo** sarà distribuito in tutti gli infopoint lombardi, strutture ricettive, punti di accoglienza e durante le attività previste.

Livello di copertura mediatica sarà locale e regionale

#### **EVENTO 2 - Mantova**

*Strategia di promozione turistica del palinsesto*

La strategia di promozione turistica del palinsesto verte sull'individuazione di

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

	<p>nuovi canali digitali e sul potenziamento di quelli esistenti, al fine di valorizzare l'importante community che riconosce nei canali in capo all'ente un efficace strumento di informazione.</p> <p><i>Individuazione dei canali on line e off line prescelti</i></p> <p>On line: canali digitali in capo all'ente (Facebook, Instagram, sito web, newsletter), nuovi canali digitali (influencer e/o blogger)</p> <p>Off line: Infopoint In Lombardia, Museo Virgilio di Mantova e Parco Museo Virgilio di Borgo Virgilio</p> <p><i>Individuazione degli strumenti di promozione online prescelti (descrivere quali)</i></p> <p>Canali digitali in capo all'ente: post e story (Facebook e Instagram), comunicazioni su sito web, newsletter</p> <p>Nuovi canali digitali: contenuti prodotti da influencer e/o blogger</p> <p><i>Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali online</i></p> <p>Da avvio progetto</p> <p><i>Individuazione degli strumenti di promozione offline prescelti (descrivere quali)</i></p> <p>Corner espositivo presso Infopoint In Lombardia, Museo Virgilio di Mantova e Parco Museo Virgilio di Borgo Virgilio</p> <p><i>Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali offline</i></p> <p>Da avvio progetto</p> <p><i>Livello di copertura mediatica (locale, regionale, nazionale, internazionale)</i></p> <p>Nazionale</p> <p><b>EVENTO 3 -Pavia</b></p> <p>Strategia di promozione turistica del palinsesto</p> <p>Individuazione dei canali on line e off line prescelti (descrivere quali)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- on line: FB istituzionale e delle società remiere e sportive coinvolte, viverepavia.it – sezione di promozione culturale del Comune di Pavia;</li><li>- off line: infopoint, società remiere e sportive, pensiline digitali</li></ul> <p>Individuazione degli strumenti di promozione online prescelti (descrivere quali)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- on line: post dedicati, storie, video su FB, newsletter attraverso viverepavia</li><li>● Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali online: ad avvio del progetto</li></ul> <p>Individuazione degli strumenti di promozione offline prescelti (descrivere quali)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- off line: cartoline informative, manifesti per pensiline digitali</li><li>● Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali offline: ad avvio del progetto</li></ul> <p>Livello di copertura mediatica (locale, regionale, nazionale, internazionale): locale e regionale</p> <p><b>Evento 4 - Lodi</b></p> <p><i>Strategia di promozione turistica del Festival “Le Forme del Gusto”</i></p> <p>L'obiettivo della strategia di promozione è quello di allargare il bacino dei potenziali visitatori della manifestazione oltre i confini provinciali sia per garantire agli espositori un'adeguata domanda di prodotti sia per avere la possibilità di raccontare il territorio lodigiano a chi non lo vive, agendo in questo modo in chiave di marketing territoriale. Per queste ragioni, si intende porre in essere un articolato piano di comunicazione che consenta, attraverso l'utilizzo di una pluralità di strumenti (tradizionali e innovativi), di informare dell'evento i territori limitrofi e in particolar modo la città di Milano.</p> <p><i>Individuazione dei canali on line e off line prescelti (descrivere quali)</i></p> <p>on line: <b>FB e Instagram istituzionali, del Festival e testate giornaliste on-line;</b> off line: <b>quotidiani locali/regionali e free press distribuiti nella città di Milano</b></p>
--	---

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

**- infopoint comunale - coinvolgimento esercizi commerciali**

*Individuazione degli strumenti di promozione online prescelti (descrivere quali)*

- on line: post dedicati, storie, video su FB

*Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali*

**online: ad avvio del progetto**

*Individuazione degli strumenti di promozione offline prescelti (descrivere quali)*

- off line: pubblicità e pubbliredazionali – infopoint comunale – coinvolgimento esercizi commerciali -

*Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali*

**offline: ad avvio del progetto**

*Livello di copertura mediatica (locale, regionale, nazionale, internazionale):* **locale e regionale**

**EVENTO 5 - Bergamo**

L'obiettivo primario della strategia di promozione è far conoscere a un pubblico il più ampio possibile le eccellenze enogastronomiche del territorio bergamasco promuovendo un'alimentazione sana e sostenibile con i prodotti locali. In quanto Città Creativa UNESCO per la Gastronomia, Bergamo ha il potenziale per attrarre e coinvolgere visitatori e residenti, valorizzando la qualità dei suoi prodotti tipici e dei vini locali attraverso un racconto integrato e coinvolgente.

Per raggiungere efficacemente sia il pubblico italiano che quello internazionale, la strategia si articola su due piani: online e offline, entrambi modulati in base al target.

*Individuazione dei canali on line e off line prescelti (descrivere quali)*

**on-line:** profili social FB e Instagram istituzionali e di stakeholder del settore; siti web; canali digitali degli influencer che parteciperanno all'evento;

**off-line:** video su 2 ledwall situati presso Milan Bergamo airport (area landside e area airside); affissione manifesti pubblicitari nella città di Bergamo; promozione presso gli infopoint cittadini

*Individuazione degli strumenti di promozione online prescelti (descrivere quali)*

- on-line: post dedicati e storie sui canali FB e IG istituzionali e di stakeholder del settore; pubblicazione su web dell'evento; post e/o storie e/o reels sui canali social degli influencer che parteciperanno all'evento

*Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali*

**online:**

- social: campagne adv Meta, a partire da 3 settimane prima dell'evento.
- siti internet istituzionale e stakeholder del settore: pubblicazione evento sul sito 1 mese prima dello svolgimento
- social degli influencer: contenuti diffusi durante i giorni dell'evento

*Individuazione degli strumenti di promozione offline prescelti (descrivere quali)*

**off-line:**

- video da 15 secondi sui 2 ledwall situati presso Milan Bergamo airport (area landside e area airside):
- affissione di manifesti pubblicitari per la città di Bergamo
- promozione dell'evento presso i 2 infopoint cittadini e l'infogate presso l'aeroporto di Milano Bergamo -

*Tempi, modalità e luoghi di realizzazione e diffusione degli strumenti promozionali*  
**offline:**

- video da 15 secondi sui 2 ledwall situati presso Milan Bergamo airport: ledwall area landside, passaggi video n. 6.500 e area airside passaggi

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

	<p>video n. 4.300): promozione evento a partire dal mese precedente dallo svolgimento dell'evento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- affissione di manifesti in luoghi strategici della città tra i 17 e i 14 giorni precedenti l'evento</li> <li>- promozione presso gli infopoint durante le giornate dell'evento</li> </ul> <p><i>Livello di copertura mediatica</i> (locale, regionale, nazionale, internazionale): <b>locale, regionale, nazionale e internazionale</b></p>
<p><b>Congruità del piano di investimento del progetto</b></p>	<p><b>Articolazione del percorso dell'iniziativa e relativo cronoprogramma per la sua realizzazione</b></p> <p>Le attività sono state progettate a partire dal mese di marzo 2025 con la progettazione e messa a terra della prima tappa dell'evento del Comune di Lodi a maggio, per poi proseguire durante l'estate della messa a punto di tutti gli eventi che avranno luogo da metà agosto in poi, per quanto riguarda gli eventi del Comune di Mantova e, a seguire, la messa a punto delle iniziative del Comune di Cremona a settembre, terminando con la realizzazione nel mese di ottobre, degli eventi di Lodi per chiudere con l'iniziativa di Bergamo.</p>
	<p><b>Congruità e coerenza delle singole voci di spesa rispetto alla proposta progettuale</b></p> <p>Le iniziative previste all'interno del progetto Navigando fra Storia, Fiume e Sapori risultano pienamente coerenti e congrue rispetto alle voci di spesa indicate, in quanto ogni attività è stata pianificata con attenzione per garantire un utilizzo mirato ed efficace delle risorse. Le spese relative alla comunicazione e promozione del progetto, ad esempio, trovano diretta corrispondenza nelle azioni di valorizzazione territoriale e promozione del brand Lombardia Style, mentre i costi organizzativi e i servizi tecnici sono strettamente connessi alla realizzazione operativa degli eventi e delle esperienze proposte. In questo modo, ogni voce di spesa è funzionale al raggiungimento degli obiettivi progettuali, assicurando trasparenza, sostenibilità e coerenza complessiva.</p>
<p><b>Premialità declinazione e storytelling delle eccellenze artigianali ed enogastronomiche dei territori</b></p>	<p><b>Motivazione della richiesta di attribuzione</b></p> <p>Per rafforzare la promozione delle <b>eccellenze artigianali ed enogastronomiche</b> dei territori attraversati dal progetto "Navigando tra Storia, Fiumi e Sapori", si prevede di attivare una strategia di <b>storytelling</b> coinvolgendo un <b>food blogger</b> di rilevanza nazionale che possa raccontare, in modo autentico e coinvolgente, le tradizioni e i prodotti tipici. Il food blogger, sarà il protagonista di una serie di contenuti esclusivi creati durante il suo tour nelle aree coinvolte nel progetto, dove potrà immergersi nella cultura locale, conoscere direttamente i produttori e raccontare storie autentiche legate ai prodotti tipici. Il blogger esplorerà i <b>prodotti enogastronomici e artigianali</b> che caratterizzano il territorio, come i formaggi, i salumi, i vini, i piatti tradizionali e le specialità locali, creando contenuti visivi e narrativi che enfatizzano la qualità e la singolarità delle produzioni artigianali.</p>
	<p><b>Stima gadget Lombardia Style da realizzare e distribuire gratuitamente in occasione degli eventi del palinsesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Tipologia:</b> mini luci LED per biciclette - Piccole luci LED da fissare sulla bici, utili per garantire visibilità durante le escursioni serali o notturne. Le luci possono essere personalizzate con il logo del progetto e sono un gadget pratico che continua a essere utile anche dopo l'evento.</li> <li>● <b>Quantità:</b> 1.500 (300 per ciascun comune)</li> </ul>

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

**SEZIONE PARTNER**

**CAPOFILA**

<b>DENOMINAZIONE CAPOFILA</b>	Comune di Cremona
<b>DENOMINAZIONE EVENTO</b>	Bici Barca Po Experience
<b>DATA EVENTO</b>	7-14-21-28 settembre 2025
<b>LUOGO EVENTO</b>	Cremona – crociera sul fiume Po
<b>L'EVENTO È GIA STATO REALIZZATO IN PRECEDENZA*</b>	No
<b>SE SÌ, INSERIRE ALTRE INFORMAZIONI SULLE PRECEDENTI EDIZIONI*</b>	
<b>DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELL'EVENTO</b>	<p>Il "Bici Barca Po Experience" è molto più di un semplice evento: è un'immersione autentica nella bellezza del fiume Po, un'esperienza che unisce navigazione fluviale, cicloturismo e cultura locale in un viaggio emozionante tra natura, tradizioni e sapori. Organizzato nelle quattro domeniche di settembre 2025 (o fino a metà ottobre a seconda del meteo), il progetto nasce per offrire un modo nuovo, sostenibile e coinvolgente di vivere il territorio: si naviga in battello lungo il corso del fiume, per poi rientrare in bicicletta lungo sentieri panoramici, scoprendo scorci mozzafiato e angoli segreti della pianura padana. Ogni crociera ha una partenza e un arrivo ben definiti, con l'intento di valorizzare il legame tra le due sponde del Po, toccando località storiche e affascinanti, attraversando territori che il fiume non divide, ma unisce. I partecipanti pedaleranno con la propria bicicletta o con una messa a disposizione dall'organizzazione, utilizzandola sia durante la navigazione sia nel percorso a terra, senza scambi con altri partecipanti. A bordo della motonave, verranno proposti i prodotti tipici per aggiungere alla crociera un viaggio fra i sapori del territorio cremonese. Pensato per famiglie, ciclisti, amanti della natura e della buona cucina, il "Bici Barca Po Experience" è un viaggio che sa di avventura e di scoperta, all'insegna del turismo slow, della convivialità e del piacere di esplorare il Po da una prospettiva unica.</p> <p><b>attività 1</b> – Noleggio e organizzazione degustazioni a bordo - importo € 8.000,00 IVA compresa</p> <p><b>attività 2</b> – Noleggio bici e guide accompagnatrici € 1.000,00 IVA compresa</p> <p><b>attività 3</b> – piano di comunicazione € 5.500,00 IVA compresa</p> <p>per realizzazione flyer formato A5 € 500,00 Iva inc.</p> <p>per realizzazione piano di comunicazione, grafica e adv € 3.500,00</p> <p>per quota parte food blogger € 1.500,00</p>

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

<b>SPESE PREVISTE PER LA REALIZZAZIONE DELL'EVENTO</b>	<p><i>spese attività 1 e 2 € 9.000,00 IVA compresa</i> – verranno organizzate 4 crociere, nelle 4 domeniche di settembre con partenza dall'attracco turistico del Comune di Cremona. Si navigherà per un paio d'ore circa e durante la navigazione si organizzerà la degustazione di prodotti tipici. Al termine della navigazione, il gruppo a bordo sbarcherà e tornerà al punto di partenza in bicicletta accompagnati dalla guida, mentre il gruppo che sarà arrivato in bicicletta all'attracco di arrivo, si imbarcherà, degusterà i prodotti tipici e arriverà all'attracco di partenza, quello del Comune di Cremona. Durante la navigazione e durante il percorso in bicicletta, ci saranno guide esperte che illustreranno il paesaggio e gli attrattori culturali incontrati in modo che il turista possa apprezzare tutte gli aspetti attrattivi del territorio.</p> <p>€ 8.000,00 IVA compresa navigazione, degustazioni e guida          € 1.000,00 IVA compresa noleggio bici e guida</p> <p><i>Laddove previste, spese attività di comunicazione e promozione – descrizione e importo € 5.500,00 IVA compresa</i></p> <p>Realizzazione attività on line attraverso la realizzazione di campagna adv su IG (canale turismocremona) e campagna promozionale su FB (canale turismocremona); quota parte per conferimento incarico Food Blogger – invio newsletter del Servizio Turismo con approfondimenti delle singole crociere – Attività off line: realizzazione di un flyer promozionale;</p>
<b>CONTRIBUTO RICHIESTO</b>	€ 10.000,00
<b>PREMIALITA' (se richiesta inserire importo 5.000 euro)</b>	<p><i>Laddove previste, spese premiali – descrizione e importo</i></p> <p><b>Tipologia:</b> mini luci LED per biciclette - Piccole luci LED da fissare sulla bici, utili per garantire visibilità durante le escursioni serali o notturne. Le luci possono essere personalizzate con il logo del progetto e sono un gadget pratico che continua a essere utile anche dopo l'evento.</p> <p><b>Quantità:</b> 1.000 (250 per ciascun comune)</p> <p><b>costo IVA compresa:</b> € 5.000,00</p>

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

**Partner 1**

<b>DENOMINAZIONE PARTNER</b>	Comune di Mantova
<b>DENOMINAZIONE EVENTO</b>	<b>Mantova, Città d'acqua, sapori e poesia, sulle tracce di Virgilio</b>
<b>DATA EVENTO</b>	16 agosto-15 ottobre
<b>LUOGO EVENTO</b>	Mantova, Borgo Virgilio, Grazie di Curtatone
<b>L'EVENTO È GIA STATO REALIZZATO IN PRECEDENZA</b>	No
<b>SE SÌ, INSERIRE ALTRE INFORMAZIONI SULLE PRECEDENTI EDIZIONI</b>	-
<b>DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELL'EVENTO</b>	<p>Gli eventi proposti intendono valorizzare il percorso di collegamento fluviale tra i Comuni di Mantova e Borgo Virgilio, e non solo, attraverso esperienze che uniscono natura, enogastronomia e poesia. Partendo da Mantova sarà possibile, passando dalla Riserva Naturale della Vallazza, visitare i luoghi del poeta latino Publio Virgilio Marone e gustare i sapori autentici del territorio. La figura di Virgilio, nato ad Andes nel 70 a.C. e morto a Brindisi nel 19 a.C., rappresenta per Mantova un punto di riferimento identitario per i contenuti espressi nei suoi scritti. Gli eventi proposti valorizzeranno le attività degli operatori aderenti alle reti Mantova Destinazione Sostenibile - che si impegnano a perseguire obiettivi di sostenibilità con le loro azioni - e EAST LOMBARDY - produttori e ristoratori che si fanno garanti di un'enogastronomia di qualità.</p> <p><b>attività 1</b> – Definizione e realizzazione di un piano delle uscite digitali euro 4.500,00</p> <p><b>attività 2</b> – Realizzazione e diffusione delle iniziative euro 7.000,00</p> <p><b>attività 3</b> – Attività di comunicazione e promozione online euro 3.000,00</p>
<b>SPESE PREVISTE PER LA REALIZZAZIONE DELL'EVENTO</b>	<p><b>attività 1</b> – Definizione e realizzazione di un piano delle uscite digitali euro 4.500,00</p> <p>Sarà redatto e realizzato un piano delle uscite digitali sui canali social in capo al Comune di Mantova – community</p>

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

	<p>di circa 50.000 follower – mediante contenuti (foto e/o video) funzionali alla promozione non solo degli eventi ma delle destinazioni coinvolte.</p> <p><b>attività 2</b> – Realizzazione e diffusione delle iniziative euro 7.000,00 Le iniziative proposte racconteranno la figura del poeta latino Publio Virgilio Marone con esperienze che uniscono natura, enogastronomia e poesia. Le imbarcazioni collegheranno in particolare i Comuni di Mantova e Borgo Virgilio e i rispettivi Musei, Museo Virgilio e Parco Museo Virgilio, attraversando la Riserva Naturale della Vallazza fra le caratteristiche presenze di flora e di fauna che vivono in questa zona umida protetta del Parco Naturale del Mincio, istituita nel 1991 e comprendente anche le terre che la tradizione voleva abitate dal poeta. Il palinsesto si compone di <b>n. 5 eventi</b> di cui uno speciale in occasione del “compleanno” di Virgilio, il 15 ottobre, a chiusura delle attività proposte. Ciascun evento proposto prevede una navigazione sui laghi di Mantova e/o degustazione a bordo di prodotti tipici del territorio, visita ai Musei di Mantova e Borgo Virgilio, con il coinvolgimento di personale qualificato. L'attività comprende l'acquisizione di servizi per la realizzazione e la diffusione delle iniziative.</p> <p><b>attività 3</b> – Attività di comunicazione e promozione online euro 3.000,00 Saranno individuati specifici canali online per la promozione del palinsesto, in particolare si intende coinvolgere blogger come ad esempio Gite in Lombardia con una community di circa 70.000 follower (IG) e La Setta dei Poeti estinti con una community di 244.000 follower (IG). Le collaborazioni potrebbero subire delle variazioni in base alla disponibilità dei soggetti coinvolti, con l'obiettivo di valorizzare gli aspetti naturalistici e culturali delle iniziative proposte.</p>
<b>CONTRIBUTO RICHIESTO</b>	euro 10.000,00

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

**Partner 2**

<b>DENOMINAZIONE PARTNER</b>	COMUNE DI PAVIA
<b>DENOMINAZIONE EVENTO</b>	A pelo d'acqua. Alla scoperta del Ticino tra tradizione remiera e enogastronomia
<b>DATA EVENTO</b>	10/11 maggio, 20/21 settembre 2025
<b>LUOGO EVENTO</b>	Pavia, fiume Ticino
<b>L'EVENTO È GIA STATO REALIZZATO IN PRECEDENZA</b>	No
<b>SE SÌ, INSERIRE ALTRE INFORMAZIONI SULLE PRECEDENTI EDIZIONI</b>	
<b>DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELL'EVENTO</b>	<p>L'evento prevede l'organizzazione di due edizioni, una primaverile il 10 e 11 maggio, l'altra a chiusura della stagione estiva il 20 e 21 settembre.</p> <p><b>attività 1 – Ticino open day importo 4.000,00</b> I turisti e visitatori potranno sperimentare gratuitamente le diverse discipline quali canoa, dragonboat, barcè, canottaggio nelle diverse postazioni remiere che saranno allestite sulle sponde del fiume o nelle strutture di prossimità. La realizzazione dell'attività è supportata dalla presenza di istruttori qualificati delle diverse società remiere cittadine, nonché di barche di appoggio a garanzia della sicurezza e assistenza ai partecipanti. L'iniziativa si svolge seguendo un calendario proposto dalle società remiere partner del progetto, nelle giornate di sabato e domenica per entrambe le edizioni. L'iniziativa è finalizzata ad avvicinare gli sportivi, gli appassionati, i cittadini e i turisti a conoscere e a vivere il fiume in tutte le sue declinazioni, da quella sportiva a quella naturalistica a quella più ricreativa e di intrattenimento.</p> <p><b>attività 2 – Esplorazione naturalistica importo € 600,00</b> Saranno organizzate visite guidate gratuite per gruppi di massimo di 45 persone, lungo le sponde del Ticino, sui tracciati della via Francisca del Lucomagno e sulla Via Francigena, alla scoperta della ricca biodiversità tra il bosco e il fiume con percorsi accessibili e semplici.</p> <p><b>attività 3 – Degustazione a pelo d'acqua importo 5.000,00</b> Momenti di degustazione di tipicità enogastronomiche locali in un luogo caratteristico e attrattivo lungo il fiume Ticino in prossimità del Ponte Coperto, uno dei luoghi simbolo della Città.</p>
<b>SPESE PREVISTE PER LA REALIZZAZIONE DELL'EVENTO</b>	<p><b>spese attività 1 – descrizione e importo 4.000,00</b> spese di acquisizione dei servizi finalizzati alla realizzazione dell'iniziativa</p> <p><b>spese attività 2 – descrizione e importo 600,00</b> spese di acquisizione del servizio di organizzazione delle visite naturalistiche</p> <p><b>spese attività 3 – descrizione e importo 5.000,00</b> spese di acquisizione dei servizi di organizzazione delle degustazioni</p> <p><b>Laddove previste, spese attività di comunicazione e promozione – descrizione e importo 4.900,00</b> <b>spese per servizi di comunicazione on line e off line</b></p>
<b>CONTRIBUTO RICHiesto</b>	€ 10.000,00

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

**PARTNER 3**

<b>DENOMINAZIONE PARTNER</b>	COMUNE DI LODI
<b>DENOMINAZIONE EVENTO</b>	<b>Le Forme del gusto -" Festival delle Eccellenze Agroalimentari</b>
<b>DATA EVENTO</b>	26/27/28 settembre 2025
<b>LUOGO EVENTO</b>	Lodi, Piazza Vittoria-centro storico-fiume Adda
<b>L'EVENTO È GIA STATO REALIZZATO IN PRECEDENZA</b>	Si
<b>SE SÌ, INSERIRE ALTRE INFORMAZIONI SULLE PRECEDENTI EDIZIONI</b>	<p>Le prime dodici edizioni de "Le Forme del Gusto" hanno registrato un notevole successo di pubblico. Un risultato conseguito sicuramente grazie a diversi fattori: il format della manifestazione è certamente il primo fattore; la riconosciuta qualità generale e poi dei prodotti offerti in vendita e in degustazione, dei numerosi eventi organizzati; la scelta, fin dalla prima edizione, di investire larga parte del budget della manifestazione in comunicazione; l'aver pensato a "Le Forme del Gusto" come a un progetto aperto che, in un orizzonte pluriennale, aggregando tutte le più importanti realtà territoriali (istituzionali e associative), si trasformasse manifestazione dell'intero sistema economico, associativo e istituzionale del Lodigiano. Infine, anche se il programma 2025 è ancora in via di definizione, anche l'alto livello degli eventi e degli ospiti ha certamente contribuito al crescente successo del Festival. Basta ricordare che, nelle passate edizioni, la manifestazione ha visto la partecipazione di personalità di caratura nazionale e internazionale come Edoardo Raspelli, Marco Gatti, Benedetta Parodi, Paolo Massobrio, Matteo Scibilia, Max Viggiani, Ellen Hidding, Allan Bay, Davide Oldani, Sergio Motta, Davide Paolini, Antonino Cannavacciuolo, Tessa Gelisio, Giorgia Colombo, Roberto Poletti, Camilla Baresani, Iginio Massari, Giancarlo Dall'Ara, Dario Bressanini, Alberto Grandi, Valerio Massimo Visintin, Camillo Langone, Roberta Morise, Claudio Sadler, Roberta Schira, Vittorio Fusari, Vittorio Moretti, Roberto Chinchero, Matteo Bobbi, Daniel Canzian, Valeria Raciti, Carlo Petrini, Massimo Montanari, Alessandro Proietti Refrigeri, Simone Rugiati, Monica Bertini, Andrea Segrè, Antonella Ricci, Paolo Rozera, Enzo Bianchi, Pietro Catzola.</p>
<b>DESCRIZIONE DELL'EVENTO</b>	<b>DETTAGLIATA</b>
	<p>Le attività proposte celebrano le eccellenze enogastronomiche del Lodigiano e della Lombardia, con un'attenzione particolare al fiume Adda. Dove si svolgeranno le crociere che offrono l'opportunità di degustare cibi e vini locali immersi nella bellezza del paesaggio fluviale. L'evento, che si svolge ogni anno a Lodi, include anche visite guidate alla città e al tratto urbano del fiume, promuovendo il patrimonio storico, artistico e culturale del territorio. L'obiettivo è valorizzare le tradizioni locali, sviluppare il turismo sostenibile e promuovere l'immagine del Lodigiano come meta ideale per gli amanti dell'enogastronomia e della natura.</p>

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

	<p><b>attività 1</b> – Definizione e realizzazione di un piano delle uscite digitali euro 2.500,00</p> <p><b>attività 2</b> – Realizzazione e diffusione delle iniziative euro 9.500,00</p> <p>Attività di comunicazione e promozione euro 2.500,00</p>
<p><b>SPESE PREVISTE PER LA REALIZZAZIONE DELL'EVENTO</b></p>	<p><b>attività 1</b> – Definizione e realizzazione di un piano delle uscite digitali euro 2.500,00  Redazione di un piano di uscite digitali sui canali social del comune, della provincia, del festival, sviluppando collaborazioni che accrescano la rete raccontando attraverso uno storytelling costante il territorio, le sue eccellenze e il suo patrimonio. Accanto alla parte online si prevede un piano comunicativo con uscite su giornali cartacei locale e regionali e free press nella città di Milano.</p> <p><b>attività 2</b> – Realizzazione e diffusione delle iniziative euro 9.500,00  Da piazza Vittoria al fiume Adda, passando per il centro storico con la mostra mercato nel cuore della città dove nello spazio eventi si alternano showcooking, incontri con personalità di riferimento nel mondo dell'enogastronomia, presentazione di libri, attività a sfondo benefico. Sul fiume Adda la navigazione abbinata a degustazioni e conoscenza delle bellezze fluviali e nel centro storico visite guidate e micro eventi che coinvolgono turisti e tessuto commerciale cittadino. L'attività comprende l'acquisizione di servizi per la realizzazione e la diffusione delle iniziative.</p> <p>Attività di comunicazione e promozione Euro 2.500,00  Attività on line: Lancio di prodotti (video, foto, reel, interviste etc...) su social istituzionali o del festival, dei partner e delle associazioni coinvolte, oltre all'acquisto di spazi online in testate giornalistiche e coinvolgimento di community del settore turistico ed enogastronomico.  Attività off line: realizzazione di flyers promozionali.</p>
<p><b>CONTRIBUTO RICHIESTO</b></p>	<p>euro 10.000,00</p>

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER  
L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

**PARTNER 4**

<b>DENOMINAZIONE PARTNER</b>	Comune di Bergamo
<b>DENOMINAZIONE EVENTO</b>	<b>Festival Agricoltura e diritto al cibo evento Bergamo Wine Experience</b>
<b>DATA EVENTO</b>	25-26 ottobre 2025
<b>LUOGO EVENTO</b>	Bergamo e Polo cittadino "Chorus Life"
<b>L'EVENTO È GIA STATO REALIZZATO IN PRECEDENZA</b>	No
<b>SE SÌ, INSERIRE ALTRE INFORMAZIONI SULLE PRECEDENTI EDIZIONI</b>	
<b>DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELL'EVENTO</b>	<p>Il <b>Festival Agricoltura e Diritto al cibo</b> è un festival che si svolge dal 2017 quando la Città di Bergamo ha ospitato il G7 dell'Agricoltura. È un appuntamento che si svolge annualmente e propone una serie di eventi quali conferenze, laboratori per famiglie, mercati e degustazioni di prodotti enogastronomici della provincia di Bergamo, che hanno quali obiettivi principali la conoscenza dei prodotti del territorio e la promozione di un'alimentazione sana e sostenibile.</p> <p>Nell'ambito del suddetto Festival, quest'anno per la prima volta verrà organizzato un evento dedicato ai vini della provincia di Bergamo che prende il nome <b>Bergamo Wine Experience</b> che è una mostra-mercato enogastronomica che riunisce numerose cantine del territorio bergamasco in una giornata, sabato 25 ottobre, dedicata a degustazioni e incontri presso il nuovo polo cittadino Chorus Life. L'evento celebra la ricchezza vitivinicola della provincia, con un focus particolare sui vini Valcalepio e Moscato di Scanzo, che si stanno sempre più affermando come prodotti di alta qualità, contribuendo alla crescita della brand awareness del territorio. Insieme a questo, la domenica 26 ottobre in città a Bergamo vi saranno degli showcooking: a questo evento parteciperanno influencer nazionali del settore food.</p> <p><b>Obiettivi del Festival Agricoltura e diritto al cibo evento Bergamo Wine Experience</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Promuovere il turismo enogastronomico nel territorio di Bergamo</li> <li>● Accrescere la consapevolezza locale rispetto all'eccellenza dell'enogastronomia del territorio</li> <li>● Valorizzare Bergamo come Città Creativa UNESCO per la Gastronomia</li> <li>● Incentivare forme di turismo slow e sostenibile</li> </ul>

**Allegato B**

**BANDO LOMBARDIA STYLE – PROGETTI DI PROMOZIONE UNITARIA PER L'ATTRATTIVITA' TERRITORIALE**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Promuovere un'alimentazione sana e sostenibile attraverso il consumo dei prodotti locali con l'integrazione di showcooking</li> </ul> <p><b>attività 1</b> – organizzazione della mostra mercato e delle degustazioni con coordinamento delle aziende partecipanti e noleggio gazebo euro 3.000,00</p> <p><b>attività 2</b> – Attività di comunicazione e promozione online - campagne META, siti web e influencer euro 7.500,00</p> <p><b>attività 3</b> – Attività di comunicazione e promozione offline - campagna video su ledwall, affissioni euro 4.000,00</p>
<p><b>SPESE PREVISTE PER LA REALIZZAZIONE DELL'EVENTO</b></p>	<p><b>attività 1</b> – organizzazione della mostra mercato e delle degustazioni con coordinamento delle aziende partecipanti e noleggio gazebo euro 3.000,00 L'evento si svolgerà negli spazi all'aperto del nuovo polo cittadino di Bergamo Chorus Life, per cui saranno necessari i gazebo per ogni azienda vitivinicola che parteciperà all'evento. Poichè le cantine della bergamasca sono molte, ci sarà un grande lavoro di invito, richiesta di adesione e coordinamento delle aziende e dei prodotti che porteranno in degustazione e in vendita, sia prima che durante l'evento.</p> <p><b>attività 2</b> – Attività di comunicazione e promozione online - campagne META, siti web e influencer euro 7.500,00 -sui vari social media: campagne META - post, storie. -Siti web istituzionali e stakeholder del settore: pubblicazione dell'evento nella sezione dedicata -Canali social degli influencer coinvolti nell'evento: post e/o storie e/o reel</p> <p><b>attività 3</b> – Attività di comunicazione e promozione offline - campagna video su ledwall, affissioni euro 4.000,00 -Ledwall digitale all'aeroporto di Milano Bergamo -Affissione di manifesti pubblicitari in città -Promozione diretta presso - gli infopoint cittadini - l'infogate in aeroporto</p>
<p><b>CONTRIBUTO RICHIESTO</b></p>	<p>euro 10.000,00</p>