



VISITCREMONA - PIANO OPERATIVO 2026

PIANO OPERATIVO VISIT CREMONA 2026

SCHEDE PROGETTUALI

Febbraio 2026



Il presente Piano operativo 2026 nasce dalla necessità di dare **continuità** al percorso strategico di sviluppo turistico del territorio provinciale cremonese definito dal PSST di Cremona e successivi PSST di Crema, Casalmaggiore e Soncino.

Al momento, il **brand** di destinazione *Visit Cremona* risulta quindi un **approccio progettuale integrato**, in continuità con quanto realizzato nel 2024-2025 tramite REI-Reindustria. Ciò grazie alle risorse che si valuta possano essere messe a disposizione in primis dal Comune di Cremona e CCIAA Cremona-Mantova-Pavia, che si propone vengano finalizzate come proposto nelle **schede progettuali** a seguire.

Quanto sopra potrà essere garantito per questa nuova fase di *Visit Cremona* dall'attività congiunta tra il Servizio turistico del Comune di Cremona ed il personale preposto della CCIAA CMP, che si potranno avvalere della collaborazione strategico-operativa di un team di consulenti con il supporto del concessionario dell'Infopoint Turistico del Comune di Cremona, che già effettua la commercializzazione di prodotti e servizi turistici, attività commerciale normata dall'appalto in concessione in vigore.

Tale assetto organizzativo risulta essere adeguato per il perseguimento degli obiettivi di *Visit Cremona* in attesa della definizione di una forma giuridico-organizzativa che possa assicurare continuità e piena operatività per il perseguimento degli obiettivi strategici propri di una DMO così come prefigurata nel PSST, anche al fine di poter intercettare **risorse private** e svolgere un'attività di **commercializzazione** che possa contribuire alla sostenibilità e crescita delle disponibilità economiche del progetto *Visit Cremona*.

Il tutto tenendo conto della necessità di sviluppare progettualità che abbiano sia una valenza **provinciale** sia **interprovinciale**, avvalendosi del ruolo di connessione della CCIAA CMP, potendo così incrementare l'efficacia di azioni verso i mercati internazionali nonchè mettere in atto progetti di ampia scala.



Piano dei costi dei singoli progetti

progetto		totale 2026
1	Ecosistema digitale	€ 30.000
2	Commercializzazione	€ 46.000
3	Musica e liuteria	€ 13.000
4	Cicloturismo e fiumi	€ 37.000
5	Convention bureau	€ 0,00
6	Infopoint	€ 8.000
7	Comunicazione offline	€ 35.000
8	OTC	€ 25.000
9	Vari	€ 38.000
10	Sviluppo DMO	€ 68.000
TOTALE		€ 300.000

Note:

- il progetto 5. Convention Bureau è al momento in stand-by, in attesa delle evoluzioni della governance di Visit Cremona e delle conseguenti decisioni in capo agli stakeholders privati e del business travel del territorio cremonese.



PROGETTO 1 - Ecosistema digitale

OBIETTIVI

Il progetto prevede la realizzazione e il consolidamento di un vero e proprio ecosistema digitale a supporto della promozione turistica del territorio, incentrato sul portale ufficiale visitcremona.com, concepito come hub strategico dell'intera comunicazione online.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

1.1 Sito web visitcremona.com | 1.500 € + IVA

Non sarà soltanto una vetrina informativa, ma una piattaforma evoluta, dotata di un sistema di booking integrato (rif. progetto 2), in grado di consentire la prenotazione diretta di esperienze, eventi, visite guidate e servizi turistici. L'obiettivo è duplice: da un lato semplificare l'esperienza dell'utente, offrendo un accesso immediato e intuitivo all'offerta territoriale; dall'altro sostenere concretamente gli operatori locali, favorendo la disintermediazione e l'incremento delle conversioni.

1.2 L'ecosistema web marketing | 9.000 € + IVA

L'ecosistema sarà supportato da una strutturata attività di web marketing, che comprenderà:

- strategie SEO e SEM per il posizionamento sui motori di ricerca;
- campagne di advertising digitale mirate ai mercati di riferimento;
- attività di content marketing;
- email marketing e marketing automation;
- analisi dei dati e monitoraggio delle performance per un costante miglioramento delle azioni intraprese.

1.3 Redazione Diffusa | 6.000 € + IVA

Elemento qualificante del progetto sarà la creazione di una Redazione Diffusa, intesa come modello collaborativo e partecipato di produzione e coordinamento dei contenuti. La Redazione coinvolgerà direttamente il Comune di Cremona, la Camera di Commercio Cremona-Mantova-Pavia (CCIAA CMP), la Provincia di Cremona e i principali stakeholder del settore turistico, culturale ed economico del territorio.

La Redazione Diffusa avrà il compito di:

- definire un piano editoriale condiviso;
- produrre contenuti originali e coerenti con il posizionamento del brand territoriale;
- coordinare la gestione dei social network ufficiali;
- armonizzare la comunicazione online dei diversi soggetti territoriali;
- valorizzare eventi, eccellenze, itinerari tematici e nuove progettualità.

In questo modo, l'ecosistema digitale non sarà solo uno strumento tecnologico, ma una piattaforma relazionale e strategica, capace di integrare istituzioni e operatori in una narrazione unitaria del territorio. L'obiettivo finale è costruire un'identità digitale forte, riconoscibile e competitiva, in grado di intercettare nuovi pubblici, aumentare la permanenza



VISITCREMONA - PIANO OPERATIVO 2026

media dei visitatori e generare un impatto economico positivo e misurabile per l'intero sistema turistico cremonese.

1.5 - supporto operativo | 13.500 € + IVA

A supporto dello staff del Comune di Cremona e relativi consulenti di Visit Cremona, sarà attivato un servizio di supporto operativo specialistico, che si occuperà in maniera continuativa delle seguenti funzioni:

- Social media management, relativamente ai canali di Visit Cremona (attualmente Facebook e Instagram, ma in programma si prevede l'apertura quantomeno anche di Youtube);
- Redazione diffusa, in particolare per quel che riguarda la raccolta, omogeneizzazione e trattamento dei contenuti multimediali, nonché la stesura e traduzione dei testi in lingua inglese;
- implementazione del Piano digitale editoriale;
- Aggiornamento del sito web visitcremona.com

BUDGET TOTALE PROGETTO 1: 30.000 € + IVA



PROGETTO 2 - COMMERCIALIZZAZIONE

OBIETTIVI

Il progetto si pone l'obiettivo strategico di diversificare e qualificare l'offerta turistica, orientandola in modo sempre più mirato verso specifici segmenti di domanda e favorendo una logica di targettizzazione e destagionalizzazione.

In particolare, si intende:

- sviluppare prodotti e proposte calibrate su cluster definiti (turismo musicale, culturale, slow tourism, cicloturismo, city break tematici, gruppi organizzati, ecc.);
- distribuire i flussi lungo l'intero arco dell'anno, riducendo la concentrazione nei periodi di alta stagione;
- rafforzare la competitività della destinazione attraverso la strutturazione di pacchetti esperienziali coerenti con il posizionamento di Visit Cremona.

Parallelamente, il progetto mira ad attivare e consolidare canali di commercializzazione diretti e indiretti, funzionali alla vendita dei prodotti turistici di Visit Cremona e dei soggetti partner dell'incoming. L'obiettivo è costruire un sistema distributivo integrato, capace di combinare strumenti digitali, reti professionali e presenza nei principali marketplace turistici.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

2.1 – Booking System Domnia | 14.000 € + IVA

È previsto l'aggiornamento, l'integrazione e la progressiva diffusione della piattaforma di booking Domnia, quale strumento centrale per la commercializzazione dei prodotti turistici.

Le attività comprenderanno:

- aggiornamento tecnico e funzionale della piattaforma;
- implementazione di nuovi prodotti e servizi;
- integrazione con il portale Visit Cremona e con eventuali sistemi esterni;
- azioni di promozione e formazione rivolte agli operatori partner per favorirne l'utilizzo.

L'obiettivo è rendere il booking system uno strumento stabile, efficiente e riconosciuto come canale ufficiale di prenotazione della destinazione.



2.2 – Catalogo dinamico e cataloghi speciali | 3.000 € + IVA

Si prevede l'aggiornamento costante del catalogo "dinamico", con possibilità di stampa on demand, in modo da garantire contenuti sempre aggiornati, modulabili e coerenti con l'evoluzione dell'offerta.

Parallelamente, saranno ideati e realizzati cataloghi tematici "speciali", dedicati a specifici segmenti o prodotti (ad esempio turismo musicale, cicloturismo, weekend esperienziali, proposte educational o per gruppi).

Questi strumenti avranno una funzione sia commerciale sia promozionale, a supporto delle attività B2B e B2C.

2.3 – Strumenti di lancio della Welcome Card | 4.000 € + IVA

Per il lancio e la diffusione della Welcome Card saranno realizzati strumenti di comunicazione dedicati, tra cui:

- studio grafico coordinato;
- produzione di adesivi e materiali identificativi per gli operatori aderenti;
- espositori per punti informativi e strutture ricettive;
- pubbliredazionali e contenuti promozionali online e offline.

L'obiettivo è garantire riconoscibilità, visibilità e chiarezza di posizionamento del prodotto, incentivandone l'adozione da parte degli operatori e l'acquisto da parte dei visitatori.

2.4 – Start-up di nuovi prodotti turistici | 16.000 € + IVA

Una parte rilevante del progetto riguarda la progettazione e l'avvio di nuovi prodotti turistici strutturati, con particolare attenzione a:

- tour a partenza garantita;
- prodotti "linea" e proposte "classiche" rivolte al mercato gruppi;
- esperienze integrate come navigazione fluviale e formule combinate (es. bike & boat).

L'obiettivo è costruire un'offerta facilmente commercializzabile, replicabile e distribuita su canali professionali, capace di attrarre una domanda individuale che organizzata in gruppi.



2.5 – Partecipazione a workshop e fiere di settore | 9.000 € + IVA

La presenza a workshop e fiere generaliste e specialistiche rappresenta un canale strategico di promozione e networking. Tra gli appuntamenti di riferimento:

- TTG – ottobre, Rimini
- WTE – settembre, Roma
- Travel & Adventure Show – New York
- ITB – marzo, Berlino
- BIT – febbraio, Milano

La partecipazione consentirà di:

- rafforzare le relazioni con buyer nazionali e internazionali;
- intercettare nuovi mercati;
- consolidare il posizionamento di Cremona come destinazione culturale e musicale di eccellenza.

Oltre alla realizzazione delle azioni sopra descritte, rientrano tra le attività continuative:

- **Inserimento e aggiornamento delle proposte nel booking system**, con gestione costante dei contenuti (attività continuativa stimata in circa un'ora al giorno in media);
- **Relazione e contatto con tour operator e agenzie di viaggio**, nazionali e internazionali, con particolare focus su operatori specializzati in turismo musicale, turismo culturale e cicloturismo;
- sviluppo di partnership commerciali e negoziazione di accordi di distribuzione;
- monitoraggio delle performance di vendita e adattamento dell'offerta in funzione delle richieste di mercato.

BUDGET TOTALE PROGETTO 2: 46.000 € + IVA

Budget che non comprende l'abbonamento alla piattaforma di ticketing fornita da Domnia. L'abbonamento sarà a carico del Comune di Cremona per € 12.000,00 + IVA all'anno



PROGETTO 3 - Progetto speciale **MUSICA E LIUTERIA**

OBIETTIVI

Il progetto mira allo sviluppo e alla commercializzazione di prodotti turistici legati alla musica e alla liuteria del territorio provinciale, con un orientamento prioritario verso i mercati internazionali, particolarmente sensibili all'unicità e all'autenticità dell'esperienza cremonese.

La strategia si fonda sulla valorizzazione dell'identità distintiva di Cremona quale capitale mondiale della liuteria e città natale di Claudio Monteverdi, trasformando tale patrimonio in prodotti turistici strutturati, vendibili e replicabili, in grado di intercettare target qualificati: turismo culturale, musicale, educational, professionisti del settore, appassionati e community internazionali.

Un'attenzione specifica sarà riservata al Monteverdi Festival, evento di rilievo internazionale riconosciuto dal Ministero della Cultura, che rappresenta un asset strategico per il posizionamento della destinazione.

Nei confronti del Festival sarà garantito:

- supporto alla promozione nazionale e internazionale;
- collaborazione nella costruzione di pacchetti turistici dedicati;
- analisi e profilazione del pubblico, al fine di orientare in modo più efficace le future azioni di marketing e commercializzazione.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA':

3.1 – Educational tour per tour operator specializzati | 5.000 € + IVA

Nel corso del Piano '26 saranno organizzati educational tour individuali e/o per piccoli gruppi, coinvolgendo almeno quattro tour operator specializzati in ambito culturale-musicale, con particolare focus sui mercati esteri.

Il periodo individuato è indicativamente fine giugno, in coincidenza con la prossima edizione del Monteverdi Festival, così da consentire agli operatori di vivere un'esperienza immersiva e completa dell'ecosistema musicale cremonese.

Gli educational avranno l'obiettivo di:

- far conoscere direttamente l'offerta musicale e liutaria del territorio;
- favorire la creazione di nuovi pacchetti commerciali;
- attivare relazioni strutturate e durature con operatori altamente profilati.



3.2 – Supporto al comparto cultura e liuteria | 6.000 € + IVA

È previsto un intervento organico di supporto ai principali attori del comparto culturale e liutario, tra cui:

- Fondazione Teatro A.Ponchielli
- Fondazione Museo del Violino A.Stradivari
- Sistema museale cittadino
- Fondazione Casa Stradivari

Le attività comprenderanno in primo luogo:

- relazione e intermediazione con agenzie di viaggio e tour operator;
- progettazione di laboratori ed esperienze pensate per target turistici specifici;
- adeguamento e allestimenti e percorsi di visita finalizzati all'esperienza turistica;
- start-up di nuovi prodotti e servizi integrati.

L'obiettivo è rendere sempre più fruibile e commercializzabile l'offerta culturale, musicale e liutaria, trasformando l'eccellenza artistica in esperienza turistica strutturata.

3.3 – Ristampa mappa tematica in lingua inglese | 2.000 € + IVA

Si prevede la ristampa della mappa tematica dedicata ai luoghi della musica e della liuteria, oltre che nella edizione italiana già realizzata, anche in quella in inglese, quale strumento operativo a supporto dei visitatori internazionali e delle attività B2B. La mappa sarà concepita non solo come materiale informativo, ma come strumento di orientamento esperienziale, integrato con l'ecosistema digitale e con i prodotti commercializzati.

3.4 - Razionalizzazione delle visite presso i liutai “aperti al turismo”

In collaborazione con il Consorzio Liutai e con operatori specializzati nel turismo culturale, sarà avviato un percorso di razionalizzazione e strutturazione delle visite guidate presso i laboratori liutari aperti al pubblico.

L'obiettivo è:

- definire standard di accoglienza e modalità di visita condivise;
- facilitare l'inserimento delle botteghe nei pacchetti turistici;
- migliorare l'esperienza del visitatore in termini di accessibilità, narrazione e organizzazione.



3.5 - Attività laboratoriale per guide turistiche

Inoltre, saranno organizzati circa tre incontri laboratoriali dedicati alle guide turistiche, finalizzati a:

- individuare nuovi itinerari tematici legati a musica e liuteria;
- sviluppare proposte innovative e narrative più coinvolgenti;
- creare prodotti “cross” che integrino musica, liuteria ed enogastronomia locale.

Questa attività mira a stimolare un processo di co-progettazione territoriale, capace di generare nuove esperienze ad alto valore aggiunto e di rafforzare la competitività dell'offerta turistica provinciale.

Nel suo complesso, il progetto intende consolidare la vocazione musicale e liutaria del territorio come leva strategica di attrazione internazionale, trasformando un patrimonio culturale unico in un sistema strutturato di prodotti turistici integrati, sostenibili e commercialmente efficaci.

BUDGET TOTALE PROGETTO 3: 13.000 € + IVA



PROGETTO 4 - Progetto speciale CICLOTURISMO E FIUMI

OBIETTIVI

Il progetto si propone di consolidare e potenziare il posizionamento del territorio cremonese quale destinazione di riferimento per il cicloturismo e il turismo fluviale, rafforzando gli strumenti tematici già avviati e ampliando l'offerta in una logica integrata e sovraterritoriale.

In particolare, si intende:

- rafforzare e diversificare l'offerta cicloturistica, sviluppando prodotti adatti a differenti livelli di esperienza (family, slow, sportivo, gravel, touring);
- coordinare e integrare gli itinerari esistenti, con particolare attenzione alla connessione con i territori limitrofi, in primis quello mantovano;
- valorizzare e promuovere l'itinerario "Infinito viaggiare" come asse identitario del cicloturismo provinciale;
- promuovere e valorizzare il tracciato della Ciclovia VENTO, quale infrastruttura strategica di rilevanza nazionale ed europea che attraversa il territorio provinciale, intercettando flussi cicloturistici di medio-lungo raggio e favorendo l'integrazione dell'offerta locale con le grandi direttrici del turismo slow;
- orientare le azioni verso i mercati esteri, particolarmente sensibili al turismo slow, outdoor e sostenibile;
- sviluppare il turismo fluviale e le sue connessioni con il cicloturismo, promuovendo formule integrate come il bike&boat.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA':

4.1 – Educational tour per TO specializzati | 6.500 € + IVA

Nel corso del Piano '26 saranno organizzati educational tour individuali e/o per piccoli gruppi, coinvolgendo almeno quattro tour operator specializzati in cicloturismo e turismo outdoor.

Gli educational avranno l'obiettivo di:

- far testare direttamente gli itinerari e i servizi del territorio;
- favorire l'inserimento delle proposte nei cataloghi internazionali;
- sviluppare relazioni commerciali stabili con operatori di settore altamente profilati.

4.2 – Sviluppo e gestione dell'Hub del Cicloturismo Cremonese | 2.000 € + IVA

Sarà consolidato e sviluppato l'Hub del Cicloturismo Cremonese, quale punto di riferimento integrato delle competenze e dei servizi legati al cicloturismo a livello provinciale.

L'attività sarà realizzata anche con il supporto di specialisti del territorio, in sinergia con operatori qualificati del territorio.



L'Hub si configurerà come:

- spazio di coordinamento tra operatori pubblici e privati;
- centro di competenze per lo sviluppo di prodotti cicloturistici;
- piattaforma di confronto per l'innovazione e la qualificazione dell'offerta.

4.3 - Pubblicazioni e pubbliredazionali | 4.000 € + IVA

Saranno realizzati articoli e contenuti redazionali dedicati all'itinerario "Infinito viaggiare" e all'offerta cicloturistica cremonese, con pubblicazione nella sezione "Viaggiare" del sito Bike Italia. L'obiettivo è rafforzare la visibilità della destinazione presso community di appassionati, intercettando un pubblico qualificato e motivato.

4.4 – Revisione e ristampa della mappa cicloturistica | 1.000 € + IVA

Si procederà alla revisione e ristampa della mappa del cicloturismo, integrandola con:

- strutture ricettive bike friendly;
- servizi partner (noleggi, officine, trasporti, guide);
- punti di interesse lungo gli itinerari.

La mappa sarà concepita come strumento operativo e promozionale, coerente con il brand Visit Cremona e integrata con i canali digitali.

4.5 – Gestione della piattaforma Komoot | 5.000 € + IVA

Sarà definita una strategia di *advertising* sulla piattaforma Komoot, punto di riferimento internazionale per la pianificazione di percorsi outdoor.

Le attività comprenderanno:

- popolamento e ottimizzazione della pagina dedicata;
- caricamento e aggiornamento degli itinerari;
- monitoraggio delle performance;
- azioni mirate all'incremento dei follower e dell'engagement.

L'obiettivo è intercettare un pubblico internazionale già orientato alla pratica cicloturistica e outdoor.

4.6 – Partecipazione a fiere ed eventi tematici | 5.500 € + IVA

La promozione dell'offerta cicloturistica e fluviale sarà rafforzata attraverso la partecipazione a eventi di settore, tra cui:

- Fiera del Cicloturismo – Padova
- NOVA – Workshop sull'outdoor, Desenzano del Garda

Questi appuntamenti rappresentano occasioni strategiche di networking, promozione B2B e aggiornamento sulle tendenze del mercato outdoor.



4.7 - Attività di Project Management | 13.000 € + IVA

Il Project Manager sarà inoltre impegnato nelle seguenti attività trasversali:

- organizzazione di due incontri plenari dell'Hub del Cicloturismo Cremonese, quale momento di confronto e pianificazione condivisa;
- rafforzamento della rete di strutture bike friendly aderenti al disciplinare Visit Cremona, favorendo la nascita di un vero e proprio ecosistema cicloturistico provinciale;
- realizzazione di incontri periodici (in presenza o online) di aggiornamento sullo stato di avanzamento del progetto;
- distribuzione del materiale promozionale dedicato al prodotto "Cicloturismo e turismo fluviale" (mappe, video tematici, materiali informativi) nei principali punti informativi e negli eventi di settore a cui parteciperà Visit Cremona.

Nel suo complesso, il progetto intende consolidare una visione integrata tra cicloturismo e turismo fluviale, valorizzando il paesaggio, la dimensione slow e la connessione tra territori, con l'obiettivo di posizionare la provincia di Cremona come destinazione outdoor sostenibile, attrattiva e competitiva sui mercati internazionali.

BUDGET TOTALE PROGETTO 4: 37.000 € + IVA



PROGETTO 6 - INFOPOINT

OBIETTIVI

Il progetto mira alla creazione di un sistema strutturato, integrato e coordinato di gestione e promozione del territorio provinciale, fondato sulla qualificazione e messa in rete degli Infopoint.

L'obiettivo è garantire un modello omogeneo di accoglienza turistica, riconoscibile e coerente dal punto di vista dell'identità visiva, della qualità dei servizi e delle modalità operative, rafforzando al contempo l'immagine complessiva del brand territoriale.

Attraverso l'implementazione di standard condivisi, strumenti comuni e un coordinamento centralizzato, il sistema degli Infopoint diventerà un presidio strategico per la promozione turistica, la valorizzazione delle eccellenze locali e il miglioramento dell'esperienza del visitatore.

DESCRIZIONE ATTIVITA':

6.1 – Realizzazione divise, merchandising e “bolloni” per le guide | 4.000 € + IVA

L'intervento prevede la progettazione esecutiva e la produzione di:

- divise istituzionali per il personale degli Infopoint;
- materiali di merchandising coordinati con l'identità territoriale;
- “bolloni” o elementi identificativi ufficiali destinati alle guide turistiche accreditate.

La fase iniziale sarà attuata presso l'Infopoint di Cremona, individuato come sede pilota per la sperimentazione del nuovo modello di accoglienza. Questa fase consentirà di:

- testare l'efficacia delle soluzioni adottate;
- verificare la riconoscibilità del sistema d'identità visiva;
- raccogliere eventuali elementi migliorativi prima dell'estensione su scala provinciale.

L'obiettivo è definire uno standard di accoglienza coordinato, professionale e di alto profilo qualitativo, in grado di rafforzare la percezione di affidabilità e competenza del sistema informativo turistico.



6.2 – Piano operativo e allestimento degli Infopoint diffusi | 4.000 € + IVA

L'attività comprende:

- la definizione di un piano operativo dettagliato per l'implementazione del modello organizzativo;
- l'individuazione di standard comuni di allestimento, comunicazione e funzionalità;
- la realizzazione degli allestimenti fisici e visivi presso gli Infopoint distribuiti sul territorio provinciale.

Gli interventi saranno realizzati nel rispetto del Regolamento Infopoint vigente di Regione Lombardia e delle linee guida contenute nel progetto preliminare 2025, garantendo uniformità di immagine, chiarezza comunicativa e adeguatezza degli spazi alle esigenze di accoglienza contemporanee.

L'allestimento degli Infopoint dovrà assicurare:

- riconoscibilità immediata;
- accessibilità e fruibilità degli spazi;
- coerenza con l'identità territoriale;
- integrazione con gli strumenti digitali e promozionali del progetto.

BUDGET TOTALE PROGETTO 6: 8.000 € + IVA



PROGETTO 7 - COMUNICAZIONE OFFLINE

OBIETTIVI

L'intervento intende sviluppare un sistema strutturato di strumenti e azioni di promozione e comunicazione off-line, integrato in modo strategico con le attività digitali previste dal progetto "Ecosistema digitale".

La finalità è rafforzare il posizionamento e la riconoscibilità del brand **Visit Cremona**, aumentando la visibilità, l'attrattività e la competitività dell'offerta turistica del territorio cremonese, sia a livello locale sia nei mercati di prossimità e nazionali.

L'integrazione tra strumenti fisici (guide, affissioni, materiali promozionali, eventi) e strumenti digitali consentirà di costruire un sistema di comunicazione coerente, multicanale e continuativo, capace di intercettare pubblici differenti e di accompagnare il visitatore in tutte le fasi del viaggio: ispirazione, pianificazione, esperienza e fidelizzazione.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA':

7.1 – Progetto di comunicazione con Lonely Planet (2° anno) | 26.000 € + IVA

Nel secondo anno di collaborazione è prevista la realizzazione di un progetto integrato di promozione che comprenderà:

- una campagna di comunicazione online veicolata attraverso i canali editoriali e digitali di Lonely Planet;
- la realizzazione di una guida turistica dedicata al territorio di Cremona e della sua provincia;
- la produzione della guida in doppio formato: digitale e cartaceo.

La versione digitale consentirà una diffusione ampia e immediata, mentre la versione stampata potrà essere distribuita:

- presso Infopoint e strutture ricettive;
- in occasione di eventi e fiere di settore;
- attraverso reti di promozione territoriale.

La guida rappresenterà uno strumento strategico di storytelling territoriale, valorizzando i tematismi principali (cultura, musica, natura, enogastronomia, itinerari slow) e contribuendo a consolidare l'immagine del territorio come destinazione autentica e di qualità. Inoltre, la collaborazione con Lonely Planet consentirà di avvalersi del prestigio e dell'autorevolezza di un marchio riconosciuto a livello internazionale, rafforzando il posizionamento competitivo di Visit Cremona sul mercato turistico e aumentando la credibilità e l'attrattività della destinazione nei confronti di un pubblico nazionale e internazionale.



7.2 – Campagna di affissioni sul territorio | 2.000 € + IVA

È prevista la realizzazione di una campagna di affissioni nella città di Cremona, e compatibilmente con la collaborazione di altri comuni della provincia, in altre zone del territorio finalizzata a:

- promuovere i principali tematismi turistici;
- rafforzare la riconoscibilità del brand Visit Cremona;
- incentivare l'accesso al sito ufficiale come punto di riferimento informativo.

La campagna potrà includere una collaborazione con il settore commercio cittadino e di altri comuni del territorio, prevedendo l'utilizzo di vetrofanie applicate ai negozi sfitti nelle principali vie commerciali.

Tale azione consentirà di:

- valorizzare spazi urbani temporaneamente inutilizzati;
- ampliare la diffusione del messaggio promozionale;
- rafforzare la sinergia tra promozione turistica e sistema economico locale.

7.3 – Allestimenti e gadget per eventi | 2.000 € + IVA

L'attività prevede la progettazione e produzione di materiali promozionali e allestitivi per la partecipazione a eventi, manifestazioni e fiere di settore, quali:

- roll-up in diversi formati;
- pannelli personalizzati;
- materiali espositivi modulari;
- gadget coordinati con l'identità visiva del progetto.

Gli strumenti saranno adattabili alle diverse esigenze logistiche e comunicative, garantendo coerenza grafica, qualità dei materiali e immediatezza del messaggio.

L'obiettivo è assicurare una presenza riconoscibile e professionale del brand Visit Cremona nei contesti promozionali, rafforzando la capacità di attrazione e networking.

7.4 – Distribuzione di materiale stampato

È prevista un'attività strutturata di distribuzione del materiale promozionale cartaceo di Visit Cremona e dei partner territoriali:

- all'interno della provincia di Cremona;
- nei territori limitrofi strategici, quali Pavia e Mantova, ma anche Brescia e Milano.

Tale azione si inserisce nella logica di promozione interterritoriale e valorizza il ruolo di connessione esercitato dalla Camera di Commercio Cremona-Mantova-Pavia, favorendo sinergie tra territori e intercettando flussi turistici già presenti nelle aree limitrofe.



7.5 – Servizi fotografici e video | 5.000 € + IVA

L'intervento comprende la realizzazione di servizi fotografici e produzioni video professionali, incentrati su:

- eventi di rilievo;
- tematismi identitari del territorio;
- il tema del "gusto" e delle eccellenze enogastronomiche;
- esperienze culturali, musicali e naturalistiche.

L'obiettivo è costruire una banca immagini e contenuti audiovisivi di alta qualità, da utilizzare in modo coordinato per:

- comunicazione online (sito, social media, campagne digitali);
- materiali off-line (guide, affissioni, pannelli, brochure);
- attività di ufficio stampa e relazioni pubbliche.

La disponibilità di contenuti originali e coerenti rafforzerà la capacità narrativa del territorio e garantirà uniformità e qualità nella comunicazione complessiva.

BUDGET TOTALE PROGETTO 7: 35.000 € + IVA



PROGETTO 8 - OSSERVATORIO DEL TURISMO CREMONESE (OTC)

OBIETTIVI

L'intervento è finalizzato alla gestione e al consolidamento di un sistema integrato di monitoraggio e analisi del turismo cremonese, fondato su aggiornamenti continuativi dei dati, report periodici strutturati e utilizzo avanzato di piattaforme di big data.

L'obiettivo è adottare un approccio data driven capace di supportare in modo oggettivo e misurabile le politiche turistiche del territorio, orientando le scelte strategiche, la programmazione degli interventi e l'allocazione delle risorse sulla base di evidenze concrete.

Attraverso l'analisi sistematica dei flussi, delle performance delle strutture ricettive e dei principali indicatori economici e di mercato, sarà possibile:

- migliorare la capacità previsionale;
- intercettare tempestivamente trend e criticità;
- ottimizzare le strategie di promozione e posizionamento;
- rafforzare la competitività complessiva del sistema turistico locale.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA':

8.1 – Servizio di reportistica periodica e affiancamento di data analysis | 10.000 € + IVA

L'attività prevede la produzione di report periodici strutturati, finalizzati a monitorare l'andamento del comparto turistico sotto il profilo quantitativo ed economico.

Il servizio comprenderà:

- raccolta e aggregazione dei dati provenienti da fonti diverse;
- elaborazione di indicatori chiave di performance (KPI);
- analisi comparativa su base temporale;
- individuazione di trend emergenti.

È previsto inoltre un servizio di affiancamento specialistico in ambito data analysis, volto a:

- supportare la corretta interpretazione dei report;
- individuare nuove correlazioni tra i dati;
- fornire strumenti di lettura strategica utili alla governance turistica.

Tale accompagnamento consentirà di trasformare il dato grezzo in informazione strategica, rendendo più efficace il processo decisionale.



8.2 – Consolidamento della piattaforma H-Benchmark | 12.000 € + IVA

È previsto il consolidamento e l'ampliamento dell'utilizzo della piattaforma H-Benchmark. Attualmente la piattaforma di analisi delle prenotazioni è collegata ad un campione significativo di strutture ricettive alberghiere e si intende estendere il collegamento del monitoraggio a un campione significativo del comparto extra-alberghiero, così da ottenere una rappresentazione più completa e realistica del mercato ricettivo locale.

La piattaforma consente di:

- monitorare in tempo reale il tasso di occupazione delle strutture;
- analizzare il valore economico generato dalla presenza turistica;
- valutare indicatori previsionali sull'andamento della domanda;
- confrontare le performance del territorio con benchmark di riferimento.

L'integrazione e l'incrocio dei dati disponibili permettono di:

- ottimizzare le strategie di revenue management delle strutture;
- calibrare le azioni di promozione nei periodi di minore domanda;
- cogliere tempestivamente opportunità di mercato;
- supportare politiche mirate di destagionalizzazione.

L'ampliamento al settore extra-alberghiero rafforza la capacità del sistema di analizzare l'intero ecosistema dell'ospitalità, sempre più caratterizzato da forme di accoglienza diversificate.

8.3 – Portale Osservatorio Turistico Cremonese | 3.000 € + IVA

Il portale costituisce l'infrastruttura tecnologica alla base dell'OTC – Osservatorio Turistico Cremonese e consente:

- la visualizzazione e aggregazione dei dati turistici provenienti da fonti differenti (tra cui H-Benchmark e ISTAT);
- la consultazione dei report periodici dell'Osservatorio;
- l'integrazione del calendario dei principali eventi in programmazione;
- la produzione di dashboard sintetiche a supporto delle decisioni strategiche.

La piattaforma rappresenta uno strumento centrale per la governance del sistema turistico cremonese, in quanto consente una visione integrata, dinamica e aggiornata dell'andamento del settore.

BUDGET TOTALE PROGETTO 8: 25.000 € + IVA

Budget che non comprende l'abbonamento del servizio digitale fornito da Quantitas di gestione delle pagine web dedicate all'Osservatorio Turistico. L'abbonamento del servizio digitale sarà a carico del Comune di Cremona per € 4.600,00 + IVA all'anno.



PROGETTO 9 - CO-MARKETING

OBIETTIVO

Nel quadro delle strategie di co-marketing previste per il 2026, si intende rafforzare l'accessibilità del territorio cremonese attraverso l'attivazione di una collaborazione con un primario gestore aeroportuale, finalizzata allo sviluppo di un progetto strutturato di collegamento mediante servizio navetta tra Cremona e l'Aeroporto di Orio al Serio.

L'iniziativa mira a migliorare la connessione tra il territorio e uno dei principali hub aeroportuali del Nord Italia, incrementando l'attrattività della destinazione nei confronti dei flussi turistici nazionali e internazionali.

Attraverso questo progetto si intende:

- facilitare l'accesso diretto alla città e alla provincia di Cremona;
- intercettare nuovi segmenti di domanda provenienti dai mercati serviti dallo scalo;
- rafforzare il posizionamento competitivo della destinazione;
- integrare le politiche di promozione con azioni concrete di miglioramento dell'accessibilità.

L'obiettivo strategico è dunque quello di coniugare promozione e infrastruttura di collegamento, trasformando l'accessibilità in un elemento distintivo dell'offerta turistica cremonese e in un fattore abilitante per la crescita dei flussi e delle permanenze sul territorio.

BUDGET TOTALE PROGETTO 9: 38.000 € + IVA



PROGETTO 10 - SVILUPPO DMO

OBIETTIVO

L'obiettivo del presente intervento è garantire il pieno sviluppo e il consolidamento operativo del progetto Visit Cremona, attraverso un'attività strutturata di project management e coordinamento strategico trasversale a tutte le azioni previste dal progetto 1 al progetto 9.

In particolare, l'azione mira a:

- assicurare coerenza, integrazione e continuità tra le diverse linee di intervento (digitale, promozione off-line, governance dei dati, co-marketing, accessibilità, rete degli Infopoint);
- rafforzare la sostenibilità economica del progetto, promuovendo la crescita delle risorse disponibili e l'attivazione di nuove opportunità di finanziamento e partnership;
- incrementare il livello di competenze professionali degli operatori del territorio, favorendo un modello collaborativo e orientato alla qualità;
- supportare i partner e gli shareholder coinvolti nel progetto — in primo luogo il Comune di Cremona e la Camera di Commercio PR-MN-PV — nell'attuazione e nell'integrazione delle progettualità di ambito turistico.

Il Project Manager avrà un ruolo centrale di regia e governance dell'intero programma, assicurando:

- il coordinamento operativo delle attività previste dai progetti 1–9;
- il monitoraggio dello stato di avanzamento e il rispetto delle tempistiche;
- la supervisione dei fornitori e dei partner coinvolti;
- l'allineamento strategico tra azioni promozionali, strumenti digitali, analisi dei dati e iniziative di co-marketing;
- la rendicontazione delle attività e la valutazione dei risultati conseguiti.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA':

Il progetto prevede lo svolgimento continuativo delle attività di Destination Management da parte del Prof. Stefano Soglia, con funzioni di direzione strategica, coordinamento generale e sviluppo della futura DMO.

In particolare, il Prof. Soglia sarà responsabile di:

- definizione delle priorità operative e pianificazione delle attività;
- gestione delle relazioni istituzionali e dei rapporti con stakeholder pubblici e privati;
- supervisione dei progetti attuativi e verifica della coerenza con gli obiettivi strategici;
- individuazione di opportunità di sviluppo, partnership e co-marketing;
- supporto alla crescita organizzativa e alla qualificazione professionale del sistema turistico locale.



VISITCREMONA - PIANO OPERATIVO 2026

I compensi previsti sono omnicomprensivi delle spese generali e accessorie (ivi incluse, a titolo esemplificativo, spese di viaggio e trasferte).

BUDGET TOTALE PROGETTO 10: 68.000 € + IVA



ENTRATE E COPERTURA FINANZIARIA

Il valore complessivo delle azioni previste dal Piano Operativo Visit Cremona 2026 ammonta a € 300.000,00 + IVA, per un totale complessivo di € 366.000,00.

La copertura economica del Piano è così articolata:

-€216.000,00 a carico del Comune di Cremona;

-€ 150.000,00 a carico della Camera di Commercio di Cremona, Mantova, Pavia.

Tale ripartizione garantisce la sostenibilità finanziaria dell'intero programma di attività e conferma la natura congiunta e strategica del progetto Visit Cremona, fondato sulla collaborazione istituzionale tra Comune di Cremona e Camera di Commercio, in una logica di co-programmazione e sviluppo integrato del sistema turistico territoriale.