

CCIAA

Cremona

PROGETTO

Turismo

ESERCIZIO DI RIFERIMENTO

2020

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITA'

L'emergenza sanitaria ha avuto e sta avendo ed avrà un effetto disastroso sia sull'economia mondiale in generale, che su quella di ogni singolo paese. Le prime evidenze del post lockdown confermano la paralisi del comparto turistico e di tutte le attività ancillari al turismo e i dati sull'evoluzione dell'epidemia suggeriscono che l'uscita non avverrà in tempi brevi.

Le politiche sono state chiamate durante l'anno 2020 ad affrontare l'emergenza sanitaria, ma anche a proteggere le imprese, per consentire all'economia di ripartire una volta che l'epidemia sarà stata superata. Grande importanza ha avuto la capacità di attivare strumenti di protezione e separazione fisica e durante gli spostamenti, per evitare di prestare il fianco a nuove diffusioni del contagio. Anche se poi, durante il secondo lockdown, le attività legate al turismo sono state nuovamente chiuse.

La Camera di Commercio di Cremona, insieme alle Camere di Commercio lombarde e a Regione Lombardia hanno promosso, attraverso il bando Safe working, una misura per favorire la ripresa in sicurezza delle attività delle micro e piccole imprese – anche del settore turistico – che sono state oggetto di chiusura obbligatoria in conseguenza all'emergenza epidemiologica Covid-19. Il sostegno consiste in contributi a fondo perduto per finanziare spese finalizzate alla messa in sicurezza e alla fruizione di attività formative sulla sicurezza sanitaria, sulle prescrizioni e sui protocolli da adottare. Per supportare le imprese nella transizione digitale e consentire il decollo pieno dell'ecosistema, il bando Safe working ha previsto anche l'ammissibilità di spese legate all'innovazione digitale e ha puntato a facilitare le strategie di commercializzazione via web, l'e-commerce, il food delivery, la veicolazione di contenuti, lo storytelling, le implementazioni software e hardware per abbattere i costi di digitalizzazione. Gli stessi enti hanno promosso, attraverso il bando Faicredito, una misura trasversale a tutte e 4 le linee di messa in sicurezza impresa, di formazione, di strategie di commercializzazione via web e di promozione del turismo interno e del turismo slow, concedendo contributi per la liquidità delle imprese della filiera.

Inoltre, sempre in collaborazione con Regione Lombardia è stato portato avanti un coordinamento con Enit per:

- valorizzare nuove linee editoriali in linea con l'evoluzione della situazione emergenziale, accompagnate da iniziative digitali, quali Instagram stories e una serie di uscite promozionali, volte a ottenere un effetto moltiplicatore. Saranno valorizzati, a titolo di esempio, il turismo enogastronomico, le tradizioni locali, il turismo all'aria aperta, oltre alle Giornate mondiali della bicicletta e dell'ambiente, per fare da traino ai temi legati al turismo all'aria aperta, del cicloturismo e delle visite alle aree naturali protette;
- realizzare di una campagna digitale di riposizionamento del brand Italia #ViaggioinItalia, che intendiamo declinare a livello regionale #ViaggioinLombardia, e che andrà sostituire l'attuale campagna #Bellezzeadomicilio;
- creare una piattaforma virtuale federata ("Padiglione Italia"), il cui obiettivo è di condividere contenuti,

organizzare e partecipare ad eventi b/b, workshop, conferenze stampa, oltre che a fiere in forma virtuale, laddove non fosse possibile garantire la presenza fisica.

I contenuti della progettualità camerale “in Lombardia” per il Turismo continuano sul supporto all’implementazione dell’Ecosistema Digitale Turistico (EDT), la piattaforma regionale dell’ecosistema digitale turistico che è un fattore qualificante della proposta complessiva. Sempre con Explora è stato possibile seguire un percorso di formazione del personale camerale sul mercato cinese.

Inoltre, si è convenuto di continuare ad accompagnare a distanza le attività a supporto del comparto sviluppando progetti strategici territoriali a valore emblematico. Nello specifico la Camera di Commercio di Cremona ha implementato con azioni di comunicazione anche nel 2020 il progetto “A place to Play” con l’obiettivo di promuovere Cremona e il suo territorio a fini turistici utilizzando il brand della musica e della liuteria. Il saper fare liutario cremonese è stato infatti riconosciuto dall’Unesco come bene immateriale dell’Umanità. Il titolo dell’iniziativa indica Cremona come luogo dove è possibile far musica, ovunque. In particolare è stata realizzata l’iniziativa “Notte di Luce”, con un alto valore simbolico, grazie alla quale l’orchestra Filarmonica Italiana, diretta dal M° Federico Longo, si è esibita in Piazza del Duomo, con le riprese della Rai, realizzando uno special sulla città di Cremona, così duramente colpita dalla pandemia del Covid19, ma con un forte desiderio di ripresa delle attività legate alla musica e al turismo.

Il progetto Masterclass si è proposto negli ultimi anni di realizzare, attraverso la musica, un obiettivo di valorizzazione turistica con l’organizzazione di attività rivolte non solo ai musicisti professionisti, ma anche alle migliaia di studenti e di amatori che vogliono vivere l’esperienza unica di suonare nella terra di Stradivari.

Il ruolo della Camera di Commercio di Cremona, in questa fase, è stato quello di promuovere la destinazione Cremona con pubblicazioni ed eventi mirati. Quando il progetto Masterclass sarà nuovamente operativo il ruolo camerale sarà quello di curare l’organizzazione mettendo a disposizione le sale attrezzate, l’assistenza alle sale stesse, l’organizzazione dei concerti in collaborazione con gli Enti coinvolti, trovando eventuali sinergie con programmi di concerti già esistenti e, in generale, la collaborazione nell’organizzazione di tutte le iniziative connesse.

In questo ambito si è deciso di contribuire alla realizzazione del XVI Concorso di Liuteria Triennale della città di Cremona in programma nel 2021, anche se venisse confermata la versione digitale, per il grande impatto turistico ed economico che da sempre genera tale iniziativa che consente ai maestri Liutai di incontrare acquirenti da tutto il mondo.

Nel 2020 inoltre, sempre in accordo con Regione Lombardia, si è continuato a collaborare e ad incentivare le attività degli Infopoint riconosciuti da Regione Lombardia per sostenere la loro riqualificazione e renderli idonei a dare una risposta concreta e tempestiva alle necessità di informazione dei turisti. Per far questo sono stati coinvolti gli Infopoint riconosciuti (Cremona, Crema, Casalmaggiore e Soncino), con la possibilità di attivare, con i singoli Comuni, protocolli d’intesa volti alla razionalizzazione e alla riqualificazione dei punti di informazione esistenti.

Inoltre attraverso la collaborazione con Unioncamere e Promos sono stati realizzati i progetti:

- InBuyers Turismo dall’8 al 10 settembre 2021, con buyer provenienti da Kuwait e Area del Golfo;
- InBuyers Turismo dal 15 al 17 dicembre 2021, con buyer provenienti da Europa, UK, Stati Uniti, Sud America, Golfo Persico e Ucraina;
- Webinar sul turismo enogastronomico 8 dicembre 2021;

I progetti sul turismo, gratuiti e rivolti alle imprese del territorio, hanno permesso, seppur a distanza, di continuare l’attività di promozione delle strutture ricettive e quella di formazione degli operatori del settore.

Anche per il 2020 è continuato il progetto East Lombardy, Regione enogastronomica della Lombardia orientale che vede coinvolti le province di Cremona, Bergamo, Brescia e Mantova per la valorizzazione

turistica in chiave enogastronomica.

Sempre nell'ambito della valorizzazione del territorio, il Festival della Mostarda, giunto alla sua sesta edizione, si è articolato, in questa edizione digitale, dal 17 ottobre al 30 novembre 2020.

Il Festival della Mostarda è stato proposto per l'edizione 2020 con un nuovo format digitale della durata di più di un mese, con un ricco programma di appuntamenti online tra rubriche tematiche, ricette e curiosità sulla mostarda. La sesta edizione è stata organizzata dalla Camera di Commercio di Cremona con il patrocinio e la collaborazione della Strada del Gusto Cremonese, del Comune di Cremona, dell'Accademia Italiana della Cucina, del Touring Club di Territorio di Cremona e dell'Istituto "Luigi Einaudi".

Al Festival, giunto alla sesta edizione, hanno partecipato 31 imprese, tra cui 9 produttori, 12 ristoratori, 10 attività commerciali. La Camera di Commercio ha stanziato circa 15.000,00 euro per l'iniziativa che ha raggiunto molte testate online, emittenti radiofoniche e media tradizionali per la promozione di un prodotto, qual è la mostarda, fortemente legato al territorio, con un mercato di utenza che si sta cercando di ampliare, attraverso la destagionalizzazione del prodotto, le proposte di nuovi abbinamenti e il coinvolgimento di un pubblico giovane. I risultati sono interessanti: sono state raggiunte circa 212.000 persone in target (che hanno visto i post o le storie) sulla pagina Facebook del Festival, con quasi 13.000 interazioni (interazioni con i post e con le storie) con i post e circa 1.900 account raggiunti con 9.250 impression (numero in cui viene visto il post o la storia) su Instagram. Il programma, su base settimanale, prevedeva delle rubriche ricorrenti in cui le imprese si presentavano e parlavano della propria storia e dei propri prodotti, gli esperti raccontavano curiosità e aneddoti su un prodotto ancora poco conosciuto, alcune food blogger e studenti hanno proposto ricette innovative a base di mostarda, con un forte impatto estetico e le guide turistiche hanno raccontato il territorio con visite virtuali a Palazzi, Musei e Chiese.

MOTIVAZIONI SULLE RISORSE NON UTILIZZATE

INDICATORI DI RISULTATO

Target Risultato
raggiunto
 Risultato

1	N. bandi pubblicati per voucher/contributi finalizzati a realizzare interventi connessi alla ripresa dell'attività d'impresa (linea di attività 1 e 2)	1,00	N.	2
2	N. linee di attività attivate attraverso i bandi di finanziamento (linee di attività da 1 a 4)	2,00	N.	3

Risorse da rendicontare

RISCONTO TRIENNIO 2017-2018	
Provento netto 2020	88.379,67
Totale provento netto da rendicontare	€ 88.379,67

DATI ECONOMICI

Totale provento netto da rendicontare	88.379,67
	Competenza 2020
Costi interni (personale e funzionamento)	0,00
Costi esterni	49.500,00
Voucher/contributi	83.114,07
Totale costi di progetto	132.614,07
RISORSE NON UTILIZZATE	0,00

REFERENTI PROGETTO

Nome e Cognome	Telefono	E-Mail
Casadei Ilaria	0372490224	casadei@cr.camcom.it