



ITINERARI

DELL'ATTRATTIVITA'

CREMA NATURAL OUTLET

**NATURA, CIBO, MUSICA E CULTURA PER UN PERCORSO
TURISTICO IN VISTA DI EXPO 2015**

INDICE

- 1. INTRODUZIONE**
- 2. ANALISI DEL TERRITORIO CREMASCO**
- 3. PIANO DI COMUNICAZIONE**
- 4. PROGETTO DI PROMOZIONE TURISTICA**
- 5. CONCLUSIONE**

1. Introduzione

Il Distretto Diffuso del Commercio della città di Crema è nato dall'intento del Comune di Crema e dai vari enti e associazioni presenti sul territorio di dar vita a un soggetto capace di raccogliere le istanze di cittadini e commercianti per uno sviluppo univoco e coerente della città, attraverso una politica di coesione che veda come punto finale quel patrimonio su cui Crema, come altre città italiane, basa la sua attrattività: la qualità.

Il concetto di qualità non è fine a sé stesso, ma è segno di una collettività che attrae, che crea bellezza, che stimola nella gente il piacere in ogni sguardo, e questo compendio di emozioni si traduce di riflesso in atti concreti: osservare, chiedere, comprare. Ed è proprio su questo concetto di qualità che le componenti economiche e sociali della città devono lavorare, insieme, per far sì che il centro storico di Crema risulti godibile e attrattivo e capace quindi di stimolare una domanda di beni e servizi in grado di rilanciare tutto il comparto commerciale cittadino. Questa unione di intenti si è già concretizzata in passato con la partecipazione ai diversi bandi del Distretto del Commercio, raggiungendo l'obiettivo di valorizzare e migliorare numerosi aspetti del Centro Storico di incrementarne le infrastrutture e i servizi, ma oggi si pone un ulteriore obiettivo: rendere questa attrattività fruibile ai turisti.

La città di Crema è un borgo di antichissime origini, protagonista di primo piano di eventi storici di grande importanza e capace nei secoli di mantenere intatto quel tesoro artistico e architettonico ben visibile ancora oggi, ma soprattutto dotato di un Centro Storico elegante e grazioso, ricco di negozi e boutique di alto livello che fanno di Crema un outlet naturale.

L'obiettivo di questo progetto è di redigere un piano marketing capace di mappare le eccellenze del territorio e di trovare i modi più efficaci e innovativi di comunicarli, proponendo alla fine una serie di itinerari cittadini in grado di accompagnare passo passo turisti e semplici visitatori.

2. Analisi del Territorio Cremasco

L'ambiente di marketing

L'elaborazione di questo piano marketing attraverso una fase analitica ed una di posizionamento fa riferimento a studi già commissionati in precedenza da Reindustria, come il compendio "Il Cremasco – elementi per una strategia di sviluppo" elaborato dallo studio Vitale Novello Zane & Co., nel quale sono già chiare le conclusioni in termini di analisi di contesto e di posizionamento del territorio, e sulla base delle quali sono state progettate una serie di azioni di marketing e comunicazione da mettere in atto.

Analisi del territorio

Aggiornamento dei dati (aggiornati al 2007) riguardanti:

- a. Inventario delle risorse naturali
- b. Attività produttive
- c. Inventario delle risorse culturali ed architettoniche
- d. Servizi e Turismo (aggiornato al 2012)
- e. Prodotti tipici ed enogastronomia

Inventario delle risorse naturali

L'area del cremasco ha una **superficie** pari a 573 Km²

I Comuni del cremasco costituiscono il 32,4% della superficie territoriale della provincia di Cremona risiede il 44 % della popolazione dell'intera provincia.

Il **territorio cremasco**, con un raggio di circa 35 Km, tocca i territori delle province di Milano, Bergamo, Brescia, Lodi, Pavia e Piacenza.

Il Cremasco è una delle principali e più avanzate aree agricole lombarde e italiane.

Il territorio cremasco è totalmente pianeggiante, unica area con la provincia di Lodi ad avere questa caratteristica.

Come conseguenza della sua caratterizzazione morfologica il territorio è sempre stato caratterizzato da una forte agricoltura. Vanta inoltre una notevole presenza di riserve naturali lungo le valli fluviali (sottoposte a regime vincolistico e quindi di elevata qualità naturalistica).

Da segnalare la presenza nella zona settentrionale del vistoso fenomeno dei fontanili.

Il Cremasco gode di un territorio felice, frutto della natura, ma soprattutto della sapiente opera dell'uomo che ha guidato le acque verso un utilizzo fertile e fruttuoso (grande **patrimonio idrico**).

Non è stato travolto da fenomeni di industrializzazione selvaggia e conserva una buona qualità della vita.

Nel cremasco sono attive 1716 **aziende agricole**. La gran parte del territorio agricolo cremasco (circa il 67%) è destinato, secondo la tradizionale vocazione agricola cremonese, alla coltivazione di seminativi, fra cui preponderanti i cereali.

Rispetto agli altri circondari il Cremasco è caratterizzato da un maggiore presenza di prati permanenti e pascoli legati alla zootecnia del latte. Infatti il 61% della aziende totali presenti nel territorio sono **allevamenti**, specialmente bovini.

Il territorio Cremasco è caratterizzato da delicati equilibri relativamente alle risorse del suolo ed all'acqua.

Nell'ambito del sistema agricolo cremasco ha svolto e tuttora svolge un ruolo fondamentale il sistema irriguo, inserito nel più ampio sistema idrico regionale. L'acqua ha segnato e tuttora influenza territorio, società economia e cultura.

Per quanto riguarda il settore agroalimentare l'agricoltura cremasca può avere un ruolo attivo, sia nella fornitura delle materie prime eccellenti necessarie alla ristorazione di qualità, sia nell'avvio di attività collaterali, quali ad esempio l'agriturismo.

Attività produttive

L'industria della provincia di Cremona ha registrato negli ultimi anni tassi di crescita della produzione e del fatturato superiori a quelli medi lombardi. Il Cremasco è senz'altro l'area provinciale a più elevata vocazione imprenditoriale industriale.

A questa vocazione non corrisponde però una specializzazione o un'eccellenza settoriale particolare. Si nota inoltre un'elevata polverizzazione della struttura industriale cremasca, che è caratterizzata da numerosissime imprese di piccole e piccolissime dimensioni, dove l'artigianato svolge ancora un ruolo molto importante.

La competitività di un territorio si misura ed è in funzione anche della capacità di attrarre, sviluppare e mantenere in loco le competenze eccellenti, sia personali che industriali.

Nel Cremasco si trova la maggior parte delle imprese relative a: **attività manifatturiere, costruzioni, estrazione di minerali.**

Nel Cremasco è concentrato il 46% delle imprese relative a **produzione e distribuzione energia elettrica, gas e acqua.**

Ruolo primario del comparto manifatturiero, specialmente la produzione di metallo (26,6% delle imprese del territorio); la seconda attività è rappresentata dall'industria alimentare e delle bevande (14%) seguita dalla fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici e di macchine elettriche; infine un piccolo apporto è dato anche dall'industria tessile e dell'abbigliamento e quella del legno.

Presenza assai qualificata di insediamenti di **multinazionali** (con più di 2500 addetti costituisce il 16% della totale occupazione industriale cremasca).

Nonostante il peso di queste aziende in termini tecnologici di mercato e di caratura internazionale, i rapporti col territorio sembrano non essere molto strutturati e la ricaduta sul territorio, al di là dell'innegabile rilevanza occupazionale, non è quella che simili eccellenze potrebbero far presupporre.

Il territorio deve avviare iniziative concrete che consentano alle aziende di accedere alle conoscenze, alle innovazioni e ai mercati internazionali: puntare sui **distretti industriali di nuova generazione** (si veda il Polo Tecnologico della Cosmesi).

La Società Reindustria è nata nel 1995, rilanciando l'area di crisi della circoscrizione del Lavoro di Crema e riattivando l'area ex Olivetti.

E nel 2005 ha dato vita, con 20 aziende del settore, al progetto del **Polo Tecnologico della Cosmesi** nel territorio cremasco, che riunisce oggi più di 70 aziende locali del settore cosmetico e che vede coinvolte anche tutte le associazioni di categoria del comparto artigiano, la Camera di Commercio ed il Consorzio Crema Ricerche.

Il Polo si prefigge di promuovere l'eccellenza produttiva lombarda e di proteggere il "made in Lombardy", essendosi il progetto allargato a livello regionale e, da poco, nazionale.

Ciò che si è avviato attorno al Polo della Cosmesi ha un'elevata valenza non solo per le imprese dello specifico settore coinvolto ma per tutto il tessuto delle piccole imprese del circondario cremasco.

Risorse Culturali ed Architettoniche

Il **Museo Civico di Crema e del Cremasco** nasce come museo territoriale nel 1959. Dal 1960 ad oggi è rimasto un'istituzione vitale della città, dedicandosi alla raccolta e alla conservazione delle testimonianze storiche della società cremasca, facendosi promotore di mostre e attività culturali e promuovendo nel contempo la realizzazione di percorsi didattici ed educativi rivolti al pubblico dei bambini e degli adulti.

Sede del Museo è l'antico convento di S. Agostino. Le ricche collezioni archeologiche, storiche, artistiche ed etnografiche forniscono un ampio panorama della storia e della cultura del territorio cremasco dalle origini fino ai giorni nostri. La collezione di macchine per scrivere di recente acquistata documenta uno degli aspetti più significativi della produzione industriale cremasca del XX secolo.

In prossimità del Museo sorge una sezione espositiva di **Archeologia fluviale** e lo spazio aperto per concerti **CremArena**.

Biblioteca e fototeca

La Biblioteca possiede una ricca collezione di pubblicazioni (monografie e periodici) relative all'arte, alla storia e in generale alla cultura di Crema e del Cremasco. La fototeca documenta vari aspetti dell'architettura pubblica e domestica, dell'urbanistica di Crema e in generale del territorio cremasco.

L'accesso alla biblioteca è libero, durante l'orario di apertura del museo.

Architetture religiose

Duomo di Crema, in stile Lombardo-Gotico, intitolato a Santa Maria Assunta, 1284-1341;

Santuario di Santa Maria della Croce;

Ex chiesa di San Domenico, 1463-1471, pregevole edificio ora adibito a teatro della città;

L'ex chiesa rinascimentale di Santo Spirito e di Santa Maddalena del 1511 può essere considerata come frutto della collaborazione del grande architetto Giovanni Antonio Amadeo con Agostino de Fondulis, chiamato alla decorazione della chiesa di Santa Maria presso San Satiro a Milano;

La **chiesa di Santa Chiara**, 1514;

La **chiesa sussidiaria di San Bernardino** in città, 1518-1534, chiesa ricca di opere d'arte sparse in quattordici cappelle;

La **chiesa di San Giovanni Battista**, 1583-1584, con gli affreschi seicenteschi di Gian Giacomo Barbelli;

Il **santuario di Santa Maria delle Grazie**, 1601-1609, interamente affrescato da Gian Giacomo Barbelli;

La **chiesa parrocchiale di San Benedetto**, 1621-1623, edificata su progetto di Francesco Maria Richini;

La **cappella del Quartierone**, 1717;

La **chiesa parrocchiale della Santissima Trinità**, 1737-1740, pregevole edificio barocco;

Ex chiesa di Santa Maria a Porta Ripalta, 1743, ora adibita a sala per mostre culturali;

Architetture civili

Crema vanta alcuni palazzi di epoca rinascimentale e numerosi esempi di palazzi seicenteschi e settecenteschi, fra cui:

Palazzo Benzoni-Frecavalli (1627), Via Civerchi, oggi sede della Biblioteca Civica;

Palazzo Marazzi-Griffoni (1422), Via Marazzi;

Ex palazzo del Monte di Pietà (1569), Via Verdi;

Palazzo Foglia (1650), Via Ponte Furio;

Palazzo Fadini-Zurla (metà XVII secolo), Via Alemanio Fino;

Palazzo Benvenuti-Bonzi (1710), Via Matteotti;

Palazzo Terni-Bondenti (1711), Via Dante Alighieri;

Numerose **ville di epoca barocca, ville settecentesche e ottocentesche**, fino ad esempi di Liberty.

Villa Tensini, 1622, nel quartiere di Santa Maria della Croce, con mirabili affreschi di Gian Giacomo Barbelli;

Villa Albergoni, XVII secolo, nel quartiere di San Bernardino, con grande loggiato;

Villa Benvenuti, XVII secolo, nel quartiere di Ombriano, in stile barocco;

Villa Perletta, XVIII secolo, nel quartiere di San Bartolomeo ai Morti; i successivi proprietari Stramezzi la dotarono di pregevoli opere di Giovanni Fattori, Giuseppe Pellizza da Volpedo, Tranquillo Cremona, Giovanni Segantini, Telemaco Signorini.

Villa Martini, fine XVIII secolo, nel quartiere di San Bernardino, in stile neoclassico. Qui tra il 25 e il 26 marzo 1848 dimorò il generale Josef Radetzky in ritirata da Milano. Il successivo 1º aprile vi sostò Carlo Alberto di Savoia;

Villa Rossi, seconda metà XIX secolo, nel quartiere di Ombriano, pregevole esempio di edificio in stile neogotico. Nulla rimane di un grandioso parco che un tempo la circondava;

Villa Zaghen, inizi XX secolo, nel quartiere di Santa Maria della Croce, riedificata in stile liberty.

Architetture militari : Mura venete (1488 - 1509), cingono quasi per intero la città, seppure in parte nascoste dall'espansione edilizia del XX secolo.

Piazze e aree di interesse:

La monumentale Piazza, con edifici di prevalente origine cinquecentesca, sulla quale si affacciano i principali monumenti civili ed ecclesiastici: il palazzo comunale con l'arco detto "il **Torrazzo**", il **Palazzo Pretorio** (con annessa Torre Pretoria di origine medievale), il Palazzo Vescovile, la cortina di case del lato meridionale;

Centro Culturale Sant'Agostino ospitato nell'ex convento fondato nel 1439; vi è allestito il Museo Civico di Crema e del Cremasco, nonché l'arena estiva;

Ex convento di San Domenico (fine XV - inizi XVI secolo, adibito a reception e foyer del teatro;

Centro Regionale di Incremento Ippico (edifici a partire dal XVII secolo), ex convento di suore domenicane, dopo la soppressione napoleonica divenne caserma di cavalleria e quindi centro di riproduzione equina; oggi è un polmone verde di 30.000 metri quadri all'interno delle mura cittadine;

Eventi

Il 2 febbraio, Purificazione di Maria Santissima, è chiamata **festa della Ceriola**. In chiesa si benedicono candele e vengono distribuite alle famiglie. A febbraio sfila il **Carnevale Cremasco**.

A metà agosto ha luogo la **Tortellata Cremasca** dove è possibile degustare piatti locali tipici. Nella frazione Santa Maria della Croce si tiene ogni anno l'omonima fiera, nel fine settimana prossimo al 25 marzo, mentre il 3 aprile si celebra l'anniversario dell'apparizione della Vergine a Caterina degli Uberti.

Altre fiere simili avvengono alla Pallavicina, comune di Izano, e al Marzale (Madignano, frazione Ripalta Vecchia) rispettivamente il lunedì di Pasqua e la domenica in Albis (prima domenica dopo Pasqua). Dal 24 dicembre all'ultima settimana di gennaio è possibile visitare il **Presepe dei Sabbioni**. Il 10 giugno si celebra la **festa di San Pantaleone**, patrono della città e della diocesi di Crema.

I bambini ricevono i regali da Santa Lucia la notte tra il 12 e il 13 dicembre. Tradizionale è l'appuntamento con la **Fiera di Santa Lucia**, nel centro della città, durante la giornata del 12. Un aspetto notevole dell'artigianato è costituito dalle **fabbriche di organi musicali**; tale settore venne portato a livelli di eccellenza da Pacifico Inzoli nel 1867 e da Giovanni Tamburini nel 1893.

La Scuola di Musica

Il Civico Istituto Musicale "Luigi Folcioni", attivo ormai da più di 80 anni, rappresenta la principale espressione musicale di Crema.

Servizi e Turismo

Rispetto ai dati relativi a tutta la regione la provincia di Cremona ha decisamente una minore vocazione terziaria.

Il settore più rilevante in termini di numerosità delle imprese è il commercio (47,6% nel Cremasco), la seconda attività rilevante è rappresentata da quella immobiliare (11,3%) seguita da alberghi e ristoranti (9,4%) dagli altri servizi pubblici, dai trasporti, ecc.

La provincia di Cremona e in particolare Crema evidenziano una minore vocazione turistica rispetto ad altre aree lombarde. Prendendo infatti in esame i dati statistici del 2012, la città di Crema presenta un'offerta ricettiva molto limitata, con 7 esercizi alberghieri e 4 esercizi extra alberghieri per un totale di 186 camere e 341 posti letto. Le strutture alberghiere rappresentano la maggioranza del comparto ricettivo, con 152 camere (81%) e 263 posti letto (77%). Da notare come l'offerta alberghiera cremasca si contraddistingua per un buon livello di servizi, con hotel a 3 e 4 stelle, mentre per soluzioni più semplici ed economiche il territorio è attrezzato con bed & breakfast, country house e agriturismi, la cui capillarità però, nonostante una conformazione territoriale che faciliterebbe una maggiore diffusione delle stesse, non è particolarmente alta. I 4 esercizi presenti infatti mettono a disposizione solamente 34 camere (19%) e 78 posti letto (23%).

In termini di arrivi la città di Crema ha vissuto un'importante flessione negli ultimi 12 mesi.

Durante il 2012 infatti sono stati 11.548 gli arrivi contro i 13.952 dell'anno precedente. Questa flessione la riscontriamo anche nei dati relativi ai pernottamenti, 32.390 nel 2011 e 25.764 nel 2012 (-20%). Questa riduzione è stata causata da una flessione di presenze sia da parte di italiani che da parte di stranieri. A oggi, la maggioranza degli arrivi sono italiani (65%), percentuale che si conferma anche per quanto riguarda il pernottamento (63%). Il dato dei giorni di permanenza è rimasto invece pressoché invariato, attestandosi su poco più di due giorni (2,3 nel 2011, 2,2 nel 2012).

La ridotta presenza di strutture è conseguenza di una scarsa vocazione turistica, ma la ridotta percentuale di presenze che queste registrano durante l'anno dimostra come l'offerta del territorio sia sotto-utilizzata e quindi già pronta ad ospitare un maggiore afflusso di persone grazie alla presenza di eventi e di itinerari turistici. Ipotizzando infatti un'apertura di queste strutture 365 giorni l'anno, notiamo come nel 2012 a fronte di 124.465 posti letto a disposizione durante tutto l'arco dell'anno, solo 25.764 volte questi sono stati occupati, con una percentuale molto bassa che si attesta sul 20,69%.

Questo dato dimostra come la città sia in grado di affrontare l'arrivo di decine di migliaia di cittadini senza problemi.

Prodotti tipici ed enogastronomia

Va ricordato il "**salva con le tighe**", dove il salva è un formaggio tipico della zona di Crema e Lodi mentre le **tighe** sono una varietà locale di peperoni. In commercio sono classificati come Peperoni Lombardi e sono confezionati sott'aceto.

Il formaggio **Salva Cremasco Dop** è tutelato dal **Consorzio Tutela Salva Cremasco**.

Un altro formaggio, la cui paternità è incerta, è il "**Pannerone**" prodotto con panna di affioramento, ha la particolarità di essere prodotto senza sale. Formaggio a pasta cruda viene consumato dopo un periodo di maturazione di circa un mese. Il sapore è amarognolo e acidulo, con un miscuglio di sapore e aroma assolutamente inconfondibile.

La pasta è segnata da un'occhiatura marcata e diffusa. Il periodo di massima (e migliore) produzione è l'Autunno.

La **spongarda** invece è il dolce tipico della città e con essa anche la **Torta Bertolina** (*Bertulina*), una torta a base di uva fragola, a cui è dedicata anche una festa annuale.

In tempo di carnevale si preparano i "**chisói**" o "chisulì", palline ripiene di un impasto preparato con scorza di limone, lievito di birra, mela e strutto.

Il **salamino di fegato di maiale**, prodotto con un impasto ricco di spezie e di parti magre del maiale, oltre naturalmente una parte di fegato.

Si mangia cotto ben caldo con un pizzico di purè di patate, oppure di lenticchie in umido. Il famoso **bottaggio d'oca**, un piatto a base di carni di oca stufate con la verza, servito con polenta ben calda.

Il **salame** della zona, ha la particolarità di essere prodotto con sola carne di maiale allevati localmente, danno una carne magra e sorda, fornendo una buona base per un ottimo salume, lungamente stagionato nelle fresche cantine locali. Da segnalare anche il **cotechino con pipèto** e prodotti a base di **latte di bufala**.

La cucina Cremasca

La cultura gastronomica del territorio cremasco affonda le proprie radici, particolare abbastanza comune tra le cucine della pianura padana, nelle tradizioni contadine e trae spunti e vigore dalle varie vicissitudini che questo territorio di notevole importanza strategica ha vissuto a partire dall'epoca dei Liberi Comuni.

A Crema si trova una cucina caratterizzata dalla presenza di pregiati animali da cortile come l'anatra e l'oca e dal largo uso del maiale, questi sono animali che erano sempre presenti nelle grandi cascine del cremasco. Il piatto più caratteristico sono i **Tortelli cremaschi** (*i turtèi*), caratterizzati da una particolare pizzicatura della pasta e da un ripieno dolce, composto da amaretto, uvette, mentini e mostaccino.

Analisi dei punti di forza e di debolezza (Swot)

A seguito degli elementi sopra riportati e dei dati più diffusamente descritti sulla pubblicazione "Il Cremasco" si evincono intuitivamente i seguenti punti di forza e di debolezza del territorio.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
AGRICOLTURA E PATRIMONIO IDRICO (Canali, Fontanili, paesaggio agricolo)	SCARSA RICETTIVITA' ALBERGHIERA ED EXTRA ALBERGHIERA
INDUSTRIA, ENERGIA, POLO COSMESI	MANCANZA INFRASTRUTTURE
ARCHITETTURA: CHIESE, PALAZZI, VILLE	RICCHEZZA CULTURALE DIFFUSA MA NON MONUMENTI DI ECCEZIONALE RILIEVO
TRADIZIONE MUSICALE, CARNEVALE E TORTELLATA	NON ESISTE UN EVENTO DI SPICCO
ENOGASTRONOMIA DI QUALITA'	OTTIMI PRODOTTI TIPICI MA NON SUFFICIENTE CARATTERIZZAZIONE E PROMOZIONE
VICINANZA A MILANO	SOFFRE CONCORRENZA DI CREMONA E LODI

Definizione dei target

La definizione del target di consumatori del prodotto "territorio" potenzialmente interessati dall'offerta del piano, passa per l'analisi del contesto di mercato e dell'analisi Swot.

Si evince che il target di riferimenti è rappresentato da:

- Consumatori di età media, media-avanzata e di medio-alto livello culturale e sociale
- Consumatori con specifici interessi culturali e interesse prevalente per l'esperienza enogastronomica e wellness
- Turisti con propensione per la "vacanza-esperienza", in particolare rispetto ad ambienti naturalistici, di paesaggio rurale o di architettura storica e monumentale
- Turisti con disponibilità sul periodo week-end o eventualmente "ponte"
- Rispetto ad EXPO 2015, turisti che rifuggono la visita alla grande città turistica (Milano, Venezia, Firenze) ma che prediligono una offerta di nicchia ben caratterizzata in questo caso sullo stile di vita "tranquillo" e scandito dagli interessi culturali ed enogastronomici.

Definizione degli obiettivi di marketing e comunicazione

L'analisi del contesto e del target di porta alla definizione di obiettivi concreti rapportati alle ricettività turistica ed alle risorse reali di Crema.

L'individuazione della quota di mercato e del rapporto comunicazione-percezione del prodotto che si vuole ottenere da parte del target, risponde appunto al mix di offerta e di punti di forza del territorio riferiti ai target di riferimento individuati.

L'obiettivo sarà quello di colpire i target di riferimento attraverso le azioni di marketing e comunicazione atte ad individuare un concept forte caratterizzante del territorio che non può che essere quello riferito al mix di natura-cultura-enogastronomia per esperienze di itinerari e visite mirate attraverso pacchetti, fruizione agevolata del territorio ed eventi di sistema.

3. Piano di Comunicazione

La tipicità di un territorio dipende dalla sua capacità di **trasmettere a prodotti e servizi il valore di alcuni fattori che lo distinguono**, come la dimensione ambientale, la dimensione culturale e la dimensione sociale che rappresentano risorse turistiche da proteggere.

La prima emerge dalla valorizzazione delle risorse naturali di un territorio, la seconda dalle risorse create dall'uomo nel corso della storia, la terza emerge dalla valorizzazione di risorse come il folklore, le tradizioni locali, gli usi e i costumi. Queste risorse però non sono sufficienti da sole.

Devono essere infatti condivise e riconosciute come valori da tutti i soggetti coinvolti e inserite in una comunicazione integrata e coerente, con l'obiettivo di renderle distintive, ovvero capaci di rendere il luogo unico e diverso, di stimolare la domanda del turista e di rispondere ai suoi bisogni.

Tale domanda ha subito una trasformazione, orientandosi fortemente verso **la ricerca dell'esperienza** e della riscoperta dei prodotti e delle marche legati al territorio, la cui sfida sarà quindi quella di individuare gli elementi in grado di soddisfare queste nuove esigenze e di conferire valore ai suoi derivati, vale a dire marche e prodotti locali.

Per la valorizzazione del territorio l'azione di marketing può agire in due direzioni:

- sviluppando **un'offerta coerente** con la vocazione del territorio, valorizzando le opportunità già esistenti al suo interno dal punto di vista turistico e commerciale;
- sviluppando un'offerta basata sull'innovazione delle condizioni attuali, dando vita ad **azioni per creare un'immagine ad hoc** superando i limiti esistenti.

La comunicazione oggi deve saper interpretare in modo nuovo i canali tradizionali e sollecitare a una forma di partecipazione attiva e interattiva, un approccio quindi completamente innovativo e caratterizzante ma capace di garantire una maggiore efficacia comunicativa e un maggiore coinvolgimento del destinatario, comportando di conseguenza un interesse e una risposta attiva molto superiori.

Nell'elaborazione del segmento del piano di marketing dedicato alla promozione, vengono elaborate le strategie di comunicazione più adatte a valorizzare **l'identità del territorio** di Crema e a trasmettere il valore delle sue risorse culturali, paesaggistiche, economiche ed enogastronomiche.

I materiali di promozione sono correlati tra loro e si legano strettamente all'offerta di progetti integrati ed eventi, in modo da non ricadere in una generica campagna istituzionale, ma da corrispondere ad esigenze di mercato sempre più selettive ed in continua evoluzione.

Le azioni del piano di comunicazione si sviluppano come segue.

Progetto "Made in Crema"

Made in Crema nasce dall'idea di rafforzare ulteriormente il Distretto Diffuso del Comune di Crema e di declinarlo in maniera più mirata su temi quali il turismo e la ricettività in occasione di Expo 2015. L'obiettivo è dar vita a un sistema integrato di turismo, cultura, ambiente, tradizioni ed economia del territorio di Crema attraverso un percorso di collaborazione e di continuo confronto tra il Comune e le imprese che permetta di mettere in rete produttori, ristoratori, albergatori e commercianti, al fine di costruire un paniere di prodotti e servizi coerente, coeso e riconoscibile tramite un marchio che servirà successivamente a costruire un pacchetto attrattivo, sia per il turista Expo 2015 sia per il turista in generale. Il Distretto sta già lavorando in questa direzione e ha già organizzato una serie di incontri con le associazioni di categoria e i vari professionisti della zona che hanno già mostrato un forte interesse e una larga disponibilità.

Per l'ideazione grafica del marchio si darà vita al concorso **"Made in Crema, Made by you"** che nei mesi autunnali del 2013 coinvolgerà le scuole della città con un premio sotto forma di borsa di studio per i tre finalisti: 1.000 euro al primo classificato, 600 euro al secondo, 400 euro al terzo.

"Il Pentagramma dello shopping"

A testimonianza dell'unione di intenti dei vari Distretti del Commercio della Provincia, come dimostreremo successivamente anche con la creazione dei pacchetti turistici, il **"Pentagramma dello Shopping"** creato dalla Provincia di Cremona darà la possibilità anche alla città di Crema di veder valorizzato il proprio comparto commerciale, attraverso la creazione di percorsi intermodali e personalizzabili che accompagneranno il visitatore alla scoperta delle vie dello shopping, delle botteghe storiche, dell'arte, della natura e della cultura. Questo mix di proposte sarà valorizzato da un importante coinvolgimento del mondo del web, e in particolare dei Social Media e dei Social Network. Da qui nasce l'idea della piattaforma **"I-compro"**.

"Apriti Crema" e "Lo sbaracco": le notti bianche dello shopping"

In concomitanza con l'inizio e la fine dei saldi, le associazioni di categoria dei commercianti stanno promuovendo per il periodo estivo le notti bianche dello shopping, due momenti di forte socialità che vedranno protagonisti i commercianti e tutta la città di Crema nel suo insieme, un'azione corale che renderà la città più vivace, più bella e quindi più attrattiva.

Eventi, spettacoli musicali live, animazione a cornice di un'apertura serale dei negozi durante i quali cittadini e visitatori potranno divertirsi e fare grandi affari. La prima notte bianca si svolgerà sabato 6 luglio 2013, in concomitanza con l'inizio dei saldi e si chiamerà **"Apriti Crema"**.

Verrà chiuso il centro al traffico e i commercianti avranno la libertà di proporre promozioni ed eventi sia dentro che fuori i negozi. Sabato 7 settembre invece la notte bianca de **"Lo sbaracco"** darà la possibilità di accaparrarsi gli ultimi capi rimasti.

Piattaforma di e-commerce: I-compro

Nel giugno 2013 è stata attivata dalla Provincia di Cremona la piattaforma internet **"I-Compro"**, ideata con l'obiettivo di mettere in luce i prodotti di qualità della zona sfruttando il megafono della rete. Il sito è concepito come una vetrina virtuale dove i negozi della città sono presenti a rotazione sulla home page e dove una selezione dei loro prodotti migliori viene messo in mostra.

Per gli operatori interessati, ci sarà anche la possibilità di attivare un servizio di e-commerce che permetterà al cliente, grazie a sistemi di pagamento sicuro come Pay Pall, di acquistare con un solo clic le eccellenze cremasche a chilometri di distanza. L'azione promozionale continuerà anche sui principali social network come facebook, twitter, pinterest e foursquare.

Questa attività di web marketing però non si limita a promuovere un singolo prodotto o attività commerciale, ma il territorio nel suo insieme, caratterizzandolo in questo modo come **"brand collettivo"**.

In parallelo all'attività di I-Compro, si vorrebbe istituire un servizio di **Personal Shopper** prenotabile online che possa guidare passo passo il visitatore che lo richiederà tra i negozi della città di Crema, alla ricerca dell'outfit perfetto in base alle sue caratteristiche ed esigenze.

A tal proposito, vorremmo organizzare sempre nella città di Crema l'evento "**Fashion 3.0: le prospettive digitali e tecnologiche del sistema moda**", già organizzato dalla Provincia di Milano il 12 giugno 2013, durante il quale è stato presentato al pubblico la piattaforma di Personal Shopping Assistant www.ilikeitalia.com che comprende: guide per lo shopping e consulenti d'immagine per i clienti stranieri, e in particolare Russi e Cinesi in 4 città d'Italia, e shopping card I Like Italia che permetterà di usufruire di sconti speciali nei negozi.

Questa iniziativa è importante per sensibilizzare i commercianti del Distretto di Crema e dei distretti limitrofi sull'argomento e per vedere insieme quali prospettive ci possono essere nell'applicare quest'idea anche a centri di dimensioni più ridotte rispetto alla grandi città ma che presentano un centro storico ricco di negozi di alto livello, negozi che fanno della città di Crema un Natural Outlet.

Sistema integrato di orientamento ed informazione turistica

Un sistema di pannelli, segnali e arredo urbano degli spazi di sosta farà percepire il carattere particolare di Crema, ne presenterà ed indicherà i principali punti di riferimento urbano e di pregio storico-paesaggistico e ne faciliterà la fruizione.

Ufficio stampa

L'introduzione ed il marketing plan chiariscono come ogni azione del progetto abbia una vocazione di interesse nazionale. Per garantire la visibilità a tale livello, Crema deve essere promossa e veicolata attraverso una attività costante di ufficio stampa, con pianificazione a base annuale, sia di carattere istituzionale che a supporto di eventi ed iniziative specifiche.

Advertising

Un piano pubblicitario ha significato, nel caso di Crema, solo se legato a specifici eventi o a promozioni turistiche pianificate nel marketing plan. Ogni promozione, a questo livello, di un'idea generica di Crema o di eventi slegati da un contesto progettuale organico e coordinato non avrebbe ricadute positive sul raggiungimento degli obiettivi di marketing, soprattutto alla luce della valutazione di costi-benefici.

Fiere di settore

La progettazione e la realizzazione di uno stand modulare, caratterizzato da un notevole impatto di immagine e dalla possibilità di essere utilizzato in varie circostanze e secondo diverse esigenze espositive, sarà funzionale alla partecipazione a fiere nazionali ed internazionali di settore turistico.

Selezione di un Testimonial

L'utilizzo di un testimonial può essere uno strumento efficace e di impatto suggestivo rispetto alla promozione della città e del territorio.

Ad esempio **Beppe Severgnini** potrebbe essere individuato come personaggio, testimonial che rappresenta lo stile colto ed elegante cremasco unito al gusto per la tranquillità della campagna e della buona tavola.

Un suo utilizzo è auspicabile all'interno degli strumenti di comunicazione quale personaggio simbolo della sua città e testimonial della comunicazione del territorio, con forte appeal internazionale.

4. Progetto di Promozione Turistica

Indirizzi di marketing turistico

Una strategia efficace e concreta che abbia come obiettivo una maggior fruizione del territorio di Crema in vista di EXPO 2015 e di conseguenza una maggiore affluenza turistica, comprende l'individuazione di alcune azioni che semplifichino l'offerta turistica, la rendano allettante anche economicamente e siano quindi incentivanti rispetto alla domanda.

Possiamo identificare queste azioni con la realizzazione di un sistema di **pacchetti ed itinerari turistici**, comprendenti vari tipi di offerta in diversi periodi dell'anno e caratterizzati da elevata promozionalità e vantaggi in termini economici.

Naturalmente perché questi pacchetti producano gli effetti desiderati, occorre che le risorse destinate alla comunicazione siano investite in relazione a questa leva di marketing turistico piuttosto che con una valenza istituzionale generica.

La costruzione del prodotto-territorio richiede l'attuazione di una serie di **azioni precondizioni di sviluppo a valenza strategica**.

Tali azioni-precondizioni di sviluppo possono dividersi in "azioni specifiche" e "azioni di sistema".

Le **"azioni-precondizioni specifiche di sviluppo"** per il contesto di Crema sono state individuate nelle seguenti attività:

1. creazione da parte degli operatori turistici locali di **servizi d'offerta turistica specifici** legati alle peculiarità del territorio (es. percorsi di scoperta naturalistica, rete di eccellenze culturali, sistema degli itinerari enogastronomici e artigianali, location e servizi per il relax);
2. ideazione, elaborazione, promozione e commercializzazione di **pacchetti d'offerta integrati**;
3. attivazione di **rapporti strategici con Tour Operator e Agenzie di Viaggi** in riferimento agli specifici pacchetti d'offerta individuati.

Nell'attuale scenario di incertezza economica e di progressiva trasformazione del turista da visitatore a **cliente** assumono un rilievo centrale le seguenti azioni di sviluppo:

1. la **programmazione** degli interventi di sviluppo territoriale a medio-lungo periodo;
2. la definizione di un corretto **modello di sviluppo turistico**;
3. la **diversificazione-integrazione dei servizi di fruizione del territorio**;
4. l'**offerta di servizi turistici e commerciali a valore aggiunto**;
5. la **ricerca della vacanza-esperienza**;
6. la definizione di **obiettivi di marketing territoriale**;

La **programmazione degli interventi di sviluppo territoriale a medio-lungo termine** (5-10 anni) assume valenza strategica in quanto consente di strutturare un'offerta integrata di servizi (offerta alberghiera e extralberghiera, sistemi di comunicazione, sviluppo della cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità turistica, strumenti di promozione, ecc.) e di valutarne correttamente l'efficienza (uso ottimale delle risorse) e l'efficacia (il grado di raggiungimento degli obiettivi).

Programmare implica però scegliere e agire: in un contesto globalizzato di competizione tra i territori ogni prodotto-territorio rischia di rimanere fuori dalle logiche dello sviluppo se non costruisce o ricostruisce la sua offerta (beni e servizi), non la promuove e soprattutto non la commercializza (costruzione di pacchetti turistici).

Un **modello di sviluppo turistico** che deve partire dalle vocazioni del territorio di Crema e deve essere **orientato al cliente**: è necessario creare, promuovere e vendere linee di prodotto che siano in grado di soddisfare i bisogni/aspettative degli utenti del territorio.

Il modello turistico, ossia l'insieme di beni e servizi per l'offerta turistica territoriale, deve essere in linea con le tendenze che ormai si sono affermate a livello di mercato turistico (almeno italiano):

- maggior numero dei viaggi in un anno;
- minor durata dei soggiorni turistici;
- sviluppo del last minute e dell'advance booking;
- pacchetti d'offerta di servizi integrati.

La **ricerca della vacanza-esperienza** si è affermata già da qualche anno in quanto ormai tutti i turisti sono alla ricerca delle curiosità e delle specialità locali: per il periodo di soggiorno i turisti vogliano immedesimarsi quanto più nella comunità locale e vivere le abitudini e le tradizioni locali.

Nell'ottica di adottare una strategia per il raggiungimento di un posizionamento migliore da parte del prodotto-territorio Crema e cremasco, sono stati individuati i seguenti **obiettivi di marketing territoriale**:

- incrementare la **visibilità del territorio** di Crema attraverso **strumenti di promozione ad hoc** (marchio territoriale di qualità, strumenti di promozione integrata del territorio, eventi, ecc.)
- trasformare Crema in un **polo d'eccellenza commerciale e turistica** all'interno della provincia di Cremona;
- privilegiare la **crescita qualitativa** (e non quantitativa) delle strutture e dei servizi;
- ampliare il sistema turistico-ricettivo di qualità (soprattutto l'offerta extra-alberghiera, come agriturismi e B&B);
- ampliare e migliorare il **sistema dei servizi complementari** al turista;
- privilegiare la **specializzazione del territorio** per segmento di mercato cercando di raggiungere l'eccellenza in ogni linea di prodotto;

Visione generale: Da Milano a Venezia

Il progetto turistico che il Comune di Crema e tutte le parti coinvolte intendono sviluppare in vista dell'Expo 2015 e che si pone l'obiettivo di rendere il Territorio attrattivo e capace di far parte di un'idea turistica importante e di richiamo internazionale, ha radici nella storia della città di Crema.

Il "Castrum" cremasco, prima sottoposto al dominio dei Visconti milanesi e successivamente ultimo baluardo veneziano da opporre al confinante Ducato di Milano, testimonia in ogni suo angolo, nelle strade, palazzi e monumenti queste due realtà in passato conflittuali ma che oggi rappresentano due città che immenso fascino esercitano in ogni parte del mondo. Crema vuole porsi in occasione dell'Expo 2015 come cerniera tra queste due importanti realtà, ricreando un percorso turistico che parta da Milano e che, coinvolgendo tutti i Distretti del Commercio presenti nella provincia di Cremona, arrivi a Venezia.

Tramite i Tour Operator internazionali e la collaborazione preziosa della Pro Loco di Crema, che già su questo punto ha sviluppato alcune idee turistiche sul suo sito www.prolococrema.it, verranno realizzati una serie di pacchetti modulabili in base alle esigenze dei turisti, pacchetti che vedranno protagoniste i vari centri cittadini intermedi, le quali potranno usufruire del traino di Venezia e Milano. Crema, Cremona, Casalmaggiore e Mantova saranno le città più importanti, intorno alle quali ci sarà la possibilità di creare ulteriori itinerari, più specifici e di nicchia, capaci di valorizzare anche luoghi di grande interesse ma più defilati rispetto ai centri sopracitati. Citiamo per esempio i castelli di Pandino e Soncino e la **Motovia della Gera D'Adda**, una proposta mototuristica nata nell'ambito del Distretto Visconteo del Commercio dalla collaborazione tra il comune di Pandino e il Moto Club di Pandino per tutti gli amanti delle due ruote motorizzate che vogliono girare e conoscere il nostro territorio. La motovia prevede tappe a Pandino, Crema, Soncino, Castelleone, Pizzighettone e Lodi.

All'interno dei vari pacchetti proposti, Crema farà la sua parte, presentando al mondo le sue bellezze ed eccellenze gastronomiche, artistiche, culturali e artigianali su cui sono state costruite una serie di itinerari che andiamo a mostrare.

Itinerari Turistici

I palazzi nobiliari di Crema

Crema e il suo centro storico sono testimoni di un passato aristocratico le cui tracce sono visibili ancora oggi, nascoste tra le vie strette e lunghe che si aprono improvvisamente in piazze grandi e maestose. Nel corso dei secoli infatti le più importanti famiglie e dinastie nobili cremasche hanno impreziosito la città di Crema con palazzi eleganti e sontuosi, dalle facciate imponenti e che nascondono dietro le alte pareti giardini straordinari, scaloni e stanze affrescate.

L'intento del nostro itinerario è di accompagnare i turisti tra le testimonianze architettoniche più importanti della città, dando loro la possibilità di varcare quei cancelli solitamente chiusi al pubblico e di ammirare quel concetto di Bello e di Buon Gusto italiano che la città di Crema ha con pazienza curato e sviluppato nei secoli.

L'itinerario si apre in Piazza Giovanni XXIII, presso Porta Serio, da cui si snodano tutte le vie che compongono il centro della città di Crema. Si passa per via XX Settembre, elegante via dello shopping, e si arriva in Piazza Premoli. Qui abbiamo due splendidi esempi di architettura aristocratica cremasca. Il Palazzo Patrini – Pozzali, costruito tra la fine del '600 e l'inizio del '700, è una presenza importante all'interno della piazza con la sua facciata imponente e maestosa, mentre Palazzo Vimercati – San Severino è l'unico palazzo cremasco appartenente alla famiglia che lo fece costruire nel '500.

Si prosegue sempre a piedi tra le stradine strette ma eleganti del centro storico, arrivando in pochi minuti in Piazza Trento e Trieste. In questa piazza è possibile visitare il Palazzo Benzoni Donati, un impianto a L di grande eleganza e famoso come "Palazzo dell'Innominato" in quanto luogo di frequenti soggiorni da parte del personaggio manzoniano, bisnipote del fondatore. Nella stessa piazza è possibile osservare il Teatro San Domenico, antico monastero domenicano oggi utilizzato per concerti e spettacoli teatrali, e il mercato austroungarico che però oggi ha perso la sua funzione commerciale.

Qui la comitiva sosta presso un ristorante dove avrà la possibilità di assaggiare tipici prodotti nostrani. Si prosegue per via Cavour dove s'incrocia Palazzo Benvenuti Albergoni Arrigoni, unico palazzo la cui facciata non si presenta sulla strada che nasconde dietro le sue mura un elegante giardino e una struttura di gran pregio. Proseguendo dritto e girando poi a destra, si arriva in Via Civerchi dove in successione troviamo prima Palazzo Barbara, dove nacque Giovanni Bottesini, uno dei contrabbassisti più importanti del mondo, e Palazzo Benzoni, una prestigiosa ed elegante dimora che oggi ospita la biblioteca comunale. Si prosegue per Via Civerchi che si snoda fino a incrociarsi con Via Mazzini.

Dopo una breve deviazione per Piazza Garibaldi, uno dei centri più attivi della città di Crema, si imbocca via Dante Alighieri per raggiungere la Piazzetta Terni De Gregory, un luogo nascosto dove trovano posto il Museo Civico di Crema e del Cremasco e il Palazzo Terni De Gregory, struttura che balza subito all'occhio con la sua atmosfera misteriosa e dettagli in rococò e dove la comitiva potrà assistere a un breve concerto di musica classica. Si ritorna in Via Mazzini, corso che, insieme a Via XX settembre, fa di Crema un outlet naturale dove i visitatori possono effettuare acquisti di primissima qualità. Al centro delle due vie, si staglia imperiosa e centrale Piazza Duomo, con il Palazzo del Comune, il Torrazzo e il Duomo di Crema, di stile gotico lombardo.

Crema religiosa

La città di Crema è ricca di testimonianze storiche e sacre che grande interesse suscitano a un turismo religioso sempre molto attivo, strutture di primissimo piano, già oggi ampiamente riconosciute anche oltre i confini provinciali, accanto a chiese meno conosciute ma che rivelano ad uno sguardo attento piacevoli sorprese.

L'itinerario ha inizio presso la celebre Santa Maria della Croce, santuario dall'architettura imponente e maestosa dedicato alla Madonna, che qui apparve nel 1490. La visita della chiesa è seguita da una piacevole passeggiata verso il Centro Storico. In piazza Garibaldi ci sarà l'opportunità di assaggiare tipici dolci cremaschi, grazie alla presenza nella zona di numerose pasticcerie. Successivamente si gira per Via Dante Alighieri e si giunge al Museo Civico Sant'Agostino, una splendida struttura che ricorda ancora oggi l'antica funzione di convento, con i suoi chiostri e le stanze affrescate. In particolare la comitiva sosterrà presso la sala Pietro da Cemmo dove ci sarà la possibilità di ascoltare un breve concerto di musica sacra. Si prosegue per via Mazzini e si giunge presso Piazza Duomo, fulcro religioso e sociale della città, dove, oltre alla sede del Comune e al Palazzo Vescovile, è possibile visitare la Cattedrale, una splendida struttura in stile romanico che porta ancora oggi le tracce di più di 1000 anni di storia cremasca. Un ristorante riserverà ai presenti degustazioni locali, seguito da un breve ristoro presso uno dei tanti bar di Piazza Duomo. Il gruppo si dirige poi presso la chiesa di San Bernardino e, attraversando via XX Settembre, terminerà con la Chiesa della S.S. Trinità.

Viaggio in bicicletta

Ciò che rende Crema un luogo dalla qualità di vita invidiabile è la sua capacità di garantire una serie di servizi tipici della grande città senza perdere però quel carattere campagnolo sicuramente più visibile fino a qualche decennio fa, ma ancora oggi presente.

L'itinerario in bicicletta che andiamo a proporre è la semplice riproposizione di ciò che piace fare al cittadino cremasco doc nelle belle giornate primaverili o estive: salire sulle due ruote e immergersi nel verde dei campi.

L'itinerario in bicicletta ha inizio nel centro della città: Piazza Duomo. Una colazione presso uno dei bar presenti e poi si parte per la centralissima via Mazzini e Piazza Garibaldi che conducono verso la periferia della città. Qui si imbecca la strada provinciale 52, una splendida passeggiata coperta da alberi che si snoda sul crinale di due valli fluviali, quella del Serio e del Serio Morto. che prevede come prima sosta il Santuario del Marzale, un luogo sacro e silenzioso, dove potersi rilassare all'ombra dei pioppi. La bicicletata continua incrociando prima il Comune di Ripalta Arpina, dove viene organizzato un pranzo con prodotti del posto, e successivamente Castelleone. Qui visita del Santuario della Beata Vergine della Misericordia, durante il quale il gruppo può riposarsi in vista dell'ultimo tratto. Uscendo infatti dal paese di Castelleone, in direzione di Fiesco, presso la frazione de Le Valli si trova un altro esempio di struttura religiosa dal grande fascino architettonico contornato da una natura placida e rilassante: Santa Maria in Bressanoro. Di fianco, un agriturismo membro delle Fattorie Didattiche (fattoriedidattiche.net) darà la possibilità ai partecipanti di conoscere più da vicino il mondo agricolo attraverso una serie di attività volte a coinvolgerli in prima persona.

Itinerario Goloso

La cucina cremasca affonda le sue radici nella tradizione contadina, con un largo uso di animali da cortile come il maiale, l'oca e l'anatra, e una larga offerta di primi piatti e di dolci che fanno della tradizione culinaria di Crema una delle cucine più pregiate del nord Italia. L'itinerario che proponiamo ha come fulcro la settimana di ferragosto durante il quale, a Crema, si organizza la celebre Tortellata Cremasca, evento di grande richiamo per i cremaschi e non dove, in una Piazza Aldo Moro completamente gremita di tavoli e persone, è possibile assaggiare la vera star della cucina cremasca: il Tortello Cremasco. L'occasione può dare l'opportunità ai visitatori non solo di prendere parte all'evento, ma di approfittarne per assaggiare le altre specialità del posto, grazie a una vasta rete di ristoranti riuniti sotto il marchio "tavole cremasche" (tavolecremasche.it).

L'itinerario inizia presso il Centro Storico, in una delle numerose pasticcerie della zona dove visitatori possono assaggiare alcuni dei più buoni dolci tradizionali: torta Bertolina e la Spongarda. Giro per il Centro Storico: Piazza San Martino, Via XX Settembre, Piazza Duomo, Via Mazzini e Piazza Garibaldi. Pranzo presso un ristorante con vari assaggi di formaggi e salumi del posto: salva con le tighe, Pannerone e varietà di salami cremaschi. Visita presso un agriturismo della zona per conoscere meglio le attività locali in ambito alimentare. La sera partecipazione alla Tortellata Cremasca in Piazza Aldo Moro con degustazione dei tortelli cremaschi.

Itinerario Teatro e Musica

Crema ha nel dna una forte passione per l'arte. Un'importante tradizione organaria, la nascita del compositore Francesco Cavalli e del contrabbassista Giovanni Bottesini e un'intensa attività culturale rimasta viva nei secoli fanno della città cremasca un punto di riferimento nel campo del teatro e della musica. L'itinerario si pone l'obiettivo di mettere in luce lo stretto legame tra la città e l'arte, in cornici suggestive e in alcune casi innovative.

L'itinerario inizia presso una bottega organaria, dove ancora oggi si lavora in maniera artigianale alla costruzione di un organo. Va ricordato che a Crema esiste l'unica suola a livello nazionale per l'artigianato organario presso CrForma e che esiste un progetto per un museo dell'organo. I visitatori potranno vedere dal vivo le varie fasi di lavorazione e toccare con mano gli oggetti del mestiere. Successivamente una breve passeggiata nel Centro Storico: Piazza Garibaldi, Via Mazzini e Piazza Duomo. Visita della chiesa di San Bernardino, che oggi funge anche come auditorium, con concerto organistico.

Sosta presso un ristorante in centro. Sempre a piedi si raggiunge la Piazzetta Terni De Gregory, dove ha sede il Museo Civico di Crema. Visita alla struttura con particolare attenzione alla Sala Pietro da Cemmo, dove vengono eseguiti brani di musica sacra. Nel periodo giugno-luglio l'esibizione può essere sostituita da un concerto all'aperto nel chiostro del Museo, sfruttando la struttura di CremArena già attiva. La comitiva raggiungerà successivamente piazza Trento e Trieste dove, nel teatro San Domenico, si assisterà ad uno spettacolo teatrale organizzato dal Franco Agostino Teatro Festival (teatrofestival.it).

Itinerario Sportivo

Il territorio cremasco ha da sempre un forte spirito sportivo che le ha permesso di avere società sportive ai massimi livelli, frutto questo di una serie di servizi e impianti sportivi di prim'ordine. A tal proposito proponiamo un itinerario per chi voglia passare una giornata in movimento, all'insegna del fitness e del divertimento.

L'itinerario ha inizio presso il centro Golf Crema, dove è possibile coinvolgere il gruppo in lezioni di golf grazie alla presenza di un maestro. Per i più esperti, il campo 18 buche è uno dei più rinomati della Lombardia. Il giro proseguirà presso il Centro Storico di Crema per un pranzo presso un ristorante dove sarà possibile assaggiare i piatti del posto. Una passeggiata per via Mazzini, Piazza Duomo e Via XX Settembre per passeggiare tra i negozi ed effettuare alcuni acquisti. Successivamente trasferimento presso il Tennis Club Crema, dove sarà possibile prendere lezione e giocare. Si conclude con l'ultimo trasferimento presso il centro di equitazione dove i partecipanti avranno l'opportunità di cavalcare, sempre sotto lo sguardo attento di un addestratore. Possibile anche regalarsi una nuotata presso la Piscina Comunale. Molti i centri benessere e di estetica che possono offrire relax dopo le sedute sportive.

Crema è candidata come città dello sport per il 2016 e questo rafforza l'itinerario sportivo immaginato.

5. Conclusione

Solo 40 km dividono Milano, sede dell'Expo 2015, dalla città di Crema. Una vicinanza che ha sfidato il Comune di Crema a rivedere la propria immagine, integrarla con nuove proposte, a riflettere su quali azioni mettere in campo per sfruttare una prossimità all'evento che difficilmente ricapiterà in futuro. E il risultato di questa sfida è stato il progetto **CREMA NATURAL OUTLET**, nato dalla collaborazione tra il Comune di Crema, gli enti, le associazioni, i commercianti e i cittadini al fine di dare una risposta coesa e coerente.

Il progetto intende dar vita a una realtà turistica capace di essere attrattiva sia a livello nazionale che internazionale, un tentativo che non può però prescindere dalla collaborazione con gli altri distretti del commercio presenti sulla provincia di Cremona. Da qui nasce il progetto, già presentato alla cittadinanza nel 2012, di una collaborazione extra-territoriale che preveda l'inserimento della città cremasca all'interno di una serie di itinerari creati ad hoc per i diversi target turistici: italiani, europei ed extra-europei. Il progetto **CREMA NATURAL OUTLET** si inserisce in questa cornice, un quadro dove natura, cibo, musica e cultura trovano la loro collocazione ma che attraverso la presenza di un comparto commerciale di alta qualità vengono valorizzati.

Da qui l'idea di "natural outlet" già presente nella mente dei cittadini cremaschi ma che noi reputiamo poter essere di grande interesse anche per visitatori italiani e stranieri, desiderosi di unire il relax e le bellezze della nostra terra con momenti di svago e di shopping, tra le decine di negozi che animano il centro città. Un Centro Storico dove la moda si mostra in tutto il suo splendore, accessibile a diverse tipologie di portafoglio, con una proposta di abbigliamento, calzature e intimo che solo una grande metropoli sa offrire. Una proposta commerciale che si completa grazie alla zona più periferica della città, dove negozi di gastronomia, pasticcerie e agriturismi offrono una serie di prodotti tipici, a testimonianza di una cucina tra le più pregiate e riconosciute del nord Italia.

CREMA NATURAL OUTLET è un mercato a cielo aperto, un'occasione di shopping tra bellezze artistiche e architettoniche, un momento di condivisione tra cittadini e commercianti che si propongono al mondo sotto l'effigie di una città simbolo del Dolce Vivere.

www.Albopretorionline.it