



REPORT ATTIVITÀ EAST LOMBARDY 2022

1-Visite in loco

Sono proseguite, anche per tutto l'anno 2022, le visite in loco a ristoranti e produttori che hanno voluto aderire alla rete di EastLombardy.

L'obiettivo delle visite in loco è quello di:

- recuperare informazioni dettagliate utili a creare la scheda sul sito di East Lombardy per ogni ristorante e produttore
- fare uno shooting fotografico a ogni ristorante e produttore visitato
- cogliere, attraverso un breve questionario, le peculiarità di ogni azienda per poi utilizzare queste informazioni per i social della pagina FB e IG di East Lombardy
- consolidare la rete di operatori di EL poiché andandoli a visitare in loco si recepisce un'attenzione maggiore verso di loro ma anche verso il brand EL.

Per ogni visita in loco effettuata viene avviato un processo di rielaborazione del materiale raccolto:

- I testi (per es. descrizione del ristorante o dell'azienda agricola, biografia dello chef ecc) vengono editati da Nt-Next.
- Le foto vengono postprodotte dal nostro coordinatore dell'immagine (Indie Studio)
- I ritratti dei ristoratori vengono tramutati in disegno da un illustratore professionista

Nel momento in cui i testi sono editati, le foto postprodotte e i ritratti disegnati, si procede a pubblicare la scheda del tal ristorante o produttore online e si manda il link all'azienda in questione per avere da loro un feedback.

Durante le visite in loco si chiede inoltre ai produttori se vogliono entrare a far parte dei gruppi di whatsapp creati per rimanere tutti aggiornati su eventi e novità in tempo reale.

Sono stati quindi creati **8 gruppi di whatsapp**: per ogni provincia il gruppo di ristoratori e il gruppo di produttori: quindi Brescia_EastLombardy_ristoranti e Brescia_EastLombardy_produuttori e così via per ogni territorio.

i referenti dei Comuni sono nei gruppi del loro territorio, mentre visitbergamo, Bonnepress e Nt-Next sono attivi in tutti e 8 i gruppi di whatsapp.

I nuovi aderenti della rete vengono scelti, sia attraverso uno scouting fatto dagli esperti locali di ogni territorio (esperti di enogastronomia: per Brescia è Francesco Spacagna di Brescia nel piatto, per Bergamo il giornalista specializzato in enogastronomia Giorgio Lazzari, per Cremona è Achille Mazzini dell'enogastronomia Mazzini, per Mantova Alberto Grandi), sia attraverso le adesioni spontanee comunque sottoposte a valutazione dagli esperti locali.

Le visite in loco condotte da Silvia Gilberti per Brescia, Giulia Baczynski per Cremona e Mantova, Francesco Mariani per Bergamo, hanno portato a un ampliamento della rete EastLombardy continuo nel tempo.

DATI FINE 2021: online 232 Ristoranti, 235 produttori e 169 esperienze

DATI FINE 2022: online 270 ristoranti, 315 produttori e 193 esperienze

Per l'ampliamento della rete dei produttori ha giocato un ruolo fondamentale l'apertura dell'infopoint enogastronomico Taste&Buy.

2-Coordinamento fotografico

IndieStudio è l'agenzia fotografica che si occupa del coordinamento fotografico.

In particolare, le attività svolte nel 2022 sono state:

- coordinare tutta l'immagine fotografica del sito eastlombardy.it affinché le foto mantengano uno stesso stile e uno stesso alto livello qualitativo
- realizzazione di tre shooting fotografici dedicati a piatti e prodotti tipici. I 3 shooting si sono svolti rispettivamente a Cremona, Mantova e Brescia. Piatti e prodotti tipici di East Lombardy, infatti, erano rappresentati sul vecchio sito di EL con immagini di archivio di proprietà dei 4 Comuni coinvolti nel progetto. Giudicate non idonee a livello di standard qualitativo e di stile, si è deciso di programmare degli shooting fotografici per rifare le foto. Un primo shooting era stato fatto nel 2021 per la messa online del sito, nel 2022 si è proseguito con questa attività per avere online la completezza di piatti e prodotti online.
- Realizzazione di uno shooting fotografico dedicato ai vini del territorio eastlombardy.
- post-produzione delle migliori foto scattate dai referenti sul territorio che effettuano visite in loco. Le foto scattate sono inerenti: i ritratti di chef e produttori, gli ambienti (ristoranti e aziende agricole in interno e esterno), il piatto simbolo del ristorante, il piatto east lombardy del ristorante, i prodotti del produttore.

3-Illustrazioni

East Lombardy si è avvalsa fin dall'inizio di uno stile illustrato. Questo stile ha sempre catturato l'attenzione del pubblico negli eventi pubblici, nelle fiere del settore turismo a cui si è partecipato ecc. per questo motivo e per una questione di riconoscibilità del brand si è deciso di mantenere lo stesso stile anche per il nuovo sito.

Pertanto si prosegue – per ogni nuovo aderente alla rete - con le illustrazioni dei ritratti del patron di ogni ristorante, la persona “simbolo” del ristorante, che talvolta è lo chef e talvolta il ristoratore





4-Sito eastlombardy.it

Messo online nel giugno 2021, nel 2022 sono state fatte implementazioni e migliorie.

In particolare:

- è stata migliorata la geolocalizzazione su mappa
- è stata aperta la sezione rivenditori
- è stata aperta la sezione piatti tipici
- filtro tramite tag di alcune categorie della sezione produttori e rivenditori, per permettere all'utente di orientarsi meglio nella ricerca.

Le sottocategorie di produttori sono le seguenti:

- Macelleria
- Pastificio
- Pasticceria
- Panificio
- Azienda agricola
- Gastronomia

Le sottocategorie di rivenditori sono le seguenti:

- Panificio
- Pasticceria
- Pastificio
- Bottega,
- Macelleria,
- Gastronomia
- Enoteca

Oltre a nuove schede di ristoranti e produttori, sono state inseriti alcuni rivenditori enogastronomici, prodotti e piatti tipici delle 4 province e le schede di dettaglio dei vini locali prodotti su Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova.

Ovviamente il sito è in continua fase di:

- popolamento contenuti
- implementazione delle sezioni del sito
- risoluzione bugs che vengono trovati in seguito alle lavorazioni fatte.

Attualmente il sito è composto dalle sezioni:

- homepage che mette in evidenza ristoranti, produttori, eventi e news
- manifesto
- ristoranti
- produttori
- rivenditori
- prodotti tipici
- piatti tipici
- esperienze



- eventi
- news

-La sezione eventi e news sono a cura dei 4 Comuni di East Lombardy

Nei primi mesi del 2022 è stata messa online la **versione inglese del sito**.

Il processo di traduzione dei contenuti è un'azione che va assolutamente mantenuta anche nel futuro.

5-Ufficio Stampa

A marzo 2022 si è dato incarico a un nuovo ufficio stampa: BonnePresse, uno studio di giornaliste associate di Milano.

Da incarico, Bonnepresse doveva assicurare 15 comunicati stampa in un anno + il coordinamento e la gestione dei press tour sul territorio.

da marzo a dicembre sono stati realizzati già oltre 20 comunicati stampa.

Per i press tour si è deciso, durante un tavolo di lavoro, di farli a inizio 2023.

I comunicati stampa realizzati sono stati principalmente di due tipi:

i CS East Lombardy, in cui si sono lanciate iniziative o si è parlato di argomenti che coinvolgevano tutte le quattro province

I reinoltri: comunicati stampa di iniziative, eventi e progetti realizzati singolarmente dalle quattro province, rielaborati in chiave East Lombardy. così per esempio il festival della sbrisolona di MN ha inviato tramite l'ufficio stampa dell'evento un primo CS alle redazioni, cui è seguito un CS "reinoltro" da parte di BonnePress con focus su East Lombardy.

Inoltre sono stati redatti alcuni comunicati stampa con un taglio più enogastronomico, con l'obiettivo di essere pubblicati da riviste e giornali di settore, e altri che portassero invece le notizie e le novità di East Lombardy, con l'obiettivo quindi di essere pubblicati dalla stampa locale e nazionale.

di seguito l'elenco dei CS realizzati:

Aprile:

- Nell'ambito della BIT di Milano: Presentazione Taste&Buy
- Nell'ambito della BIT di Milano: Presentazione iniziativa riservata a tour operator Taste&Fly
- Inaugurazione di Taste&Buy - con relativa conferenza stampa svoltosi in collaborazione con Sacbo presso l'aeroporto di Milano - Bergamo

Maggio:

- Reinoltro CS festival dei Sapori di Brescia
- Reinoltro CS Formaggi e Sorrisi di Cremona

Giugno:



- Focus tematico Olio - cs indirizzato a riviste di settore enogastronomico e che comprendeva le due province di Bergamo e Brescia

Luglio:

- Gli strumenti di EastLombardy al servizio dei viaggiatori - cs di lancio della nuova brochure di EastLombardy

Agosto:

- Focus Festival dei Sapori di Brescia

Settembre

- Focus Festival dei Sapori di Brescia
- L'autunno di EastLombardy - gli eventi più importanti sulle quattro province

Ottobre:

- festival del salame di Cremona
- festival della sbrisolona di Mantova
- reinoltro Forme di Bergamo
- reinoltro Nobili Segni di Mantova

Novembre:

- Il Natale di East Lombardy
- reinoltro festival del Torrone di Cremona
- festival della Mostarda di Cremona
- East Lombardy nelle azioni dei referenti istituzionali del territorio - Internazionalità, patrimonio culturale, turismo enogastronomico e sostenibilità autentici volani per l'attrattività turistica

Dicembre:

- Reinoltro Sua maestà il bossolà di Brescia
- Recall CS Natale di novembre

A questo link la rassegna stampa 2022:

https://drive.google.com/drive/folders/176R1cy3tz3gGA2XOsxWMS7kOGx84q19I?usp=share_link

6-Attività Social

*Per l'attività Social (Instagram e Facebook) di East Lombardy si veda report a cura di Nt-Next

Disponibile a questo link:

https://drive.google.com/file/d/1L7wup9Z9IQ4qPqLV1Alp6DqgH0xbwGMA/view?usp=share_link



7-Eventi 2022

Ogni anno ogni Comune prevede un evento di punta del settore enogastronomia in cui riservare uno spazio alla promozione di East Lombardy.

Festival dei Sapori di Brescia / 30 maggio – 5 settembre 2022

Annuale appuntamento presso il Castello di Brescia organizzato dall'Assessorato al Turismo del Comune di Brescia con lo scopo di dare a autoctoni e visitatori la possibilità di incontrare i migliori ristoratori e produttori di città e provincia.

Tredici appuntamenti con cene preparate dai ristoranti aderenti al progetto East Lombardy in collaborazione con i produttori e i consorzi vinicoli.

Ma non solo cene e ristoranti sono stati i protagonisti del festival: anche i produttori di East Lombardy hanno potuto esporre e vendere i loro prodotti nel Temporary Corner allestito presso il Belvedere 030.

Lo spazio è stato arricchito con la presenza dei roll-up di east lombardy.

Festival della Sbrisolona a Mantova / 14-16 ottobre 2022

Una due-giorni ricca di eventi con personalità ed esperti da tutta Italia, supportata da realtà settoriali ed autorevoli consorzi.

I visitatori hanno potuto assistere a degustazioni guidate di prodotti dolciari e di pasticceria popolari, ma anche riscoprire antichi sapori di un tempo passato, in grado di raccontare la cultura e la tradizione del territorio mantovano.

La rassegna dedicata a East Lombardy

Nell'ambito del Festival, si è svolta la rassegna dedicata a East Lombardy. Presso la Loggia del Grano protagonisti assoluti sono stati i dolci e le pasticcerie del territorio, che con showcooking, degustazioni guidate e storytelling hanno raccontato e fatto degustare le loro eccellenze. Nelle giornate di sabato 15 e domenica 16 le quattro province si sono alternate in questo prestigioso palcoscenico per presentare e raccontare il meglio della loro produzione.

Roll-up di EastLombardy e uno schermo in cui è stato fatto passare un video promozionale del progetto, sono stati i materiali di comunicazione usati per veicolare il progetto.

Forme a Bergamo / 21-23 ottobre 2022

Manifestazione consolidata a Bergamo, giunta alla settima edizione, riferimento del settore lattiero-caseario.

La rassegna prevedeva un summit internazionale delle città creative Unesco, diversi laboratori e masterclass, convegni, e soprattutto una grande mostra-mercato di formaggi allestita in Piazza Vecchia. Nella mostra mercato sono state distribuite le mappe e le brochure di east Lombardy.

Lo stesso materiale è stato dato ai ristoranti che hanno aderito a "Forme": ristoranti della rete EastLombardy che in occasione della rassegna presentavano all'interno del loro menù un carrello di formaggi DOP della Lombardia e formaggi delle Cheese Valleys.

Festival del Torrone di Cremona / 12-20 novembre 2022



L'edizione 2022 della Festa del Torrone prevede nove giorni ricchi di iniziative che coinvolgono il centro storico, per scoprire il torrone nelle sue mille forme: da preparazioni artigianali classiche a rivisitazioni elaborate e fantasiose, dalle proposte gourmet al gelato da passeggio, e tanto altro ancora.

Nella cornice di questa grande festa East Lombardy è stato protagonista con 4 giornate "golose":

SABATO 12 NOVEMBRE: Brescia

Il dolce Desiderio, dedicato all'ultimo Re longobardo

DOMENICA 13 NOVEMBRE: Mantova

La Torta Elvezia e la Torta delle Rose del Panificio Bernardelli

SABATO 19 NOVEMBRE: Cremona

Ufela, da oltre 100 anni una prelibatezza prodotta da Dolce Follia

DOMENICA 20 NOVEMBRE: Bergamo

Quaranta: il torrone morbido variegato con crema di pasticceria

Roll-up di EastLombardy e uno schermo in cui è stato fatto passare un video promozionale del progetto, sono stati i materiali di comunicazione usati per veicolare il progetto.

8-Infopoint enogastronomico Taste&Buy

Nel contesto del progetto East Lombardy, il giorno 21 marzo 2022 VisitBergamo, in collaborazione con i comuni di Brescia, Cremona e Mantova, ha aperto uno spazio promozionale – infopoint - adibito all'informazione e alla promozione turistica dei territori di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova e dei relativi prodotti agroalimentari presso l'area partenze dell'aeroporto di Orio al Serio. L'infopoint è stato inaugurato il 29 aprile 2022.

L'infopoint è gestito da VisitBergamo, che lo utilizza per azioni di promozione istituzionali dei territori di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova (distribuzione di materiale cartaceo, azioni per acquisizione di feed attraverso Contest specifici, trasmissioni di video promozionali su ledwall impattanti) e di ricerca (attraverso questionari dedicati) verso i passeggeri in partenza da Orio, oltreché per attività commerciali quali la degustazione e vendita di prodotti agroalimentari dei territori di East Lombardy e la vendita di merchandising di VisitBergamo e del Comune di Brescia.

L'obiettivo di tale infopoint sta infatti nell'importanza strategica di continuare a sostenere l'immagine e l'attrattività dei territori di East Lombardy in una logica di marketing legata alla realtà dell'aeroporto Milano-Bergamo BGY e ad una azione concreta nei confronti dei passeggeri in uscita.

In accordo con i comuni di Brescia, Cremona e Mantova, VisitBergamo ha preventivamente commissionato a dei professionisti uno studio di fattibilità attraverso il quale è stata confermata una particolare predisposizione all'ascolto da parte del passeggero in partenza, una volta che quest'ultimo ha superato i controlli di sicurezza.

Inoltre si prevede che già nel 2022 l'aeroporto torni ad avere un flusso di passeggeri paragonabile all'anno record del 2019, durante il quale l'aeroporto Milano-Bergamo BGY raggiungeva 13 milioni di passeggeri confermandosi il terzo aeroporto italiano per flusso di passeggeri. Questa previsione

è confermata dal fatto che dal mese di aprile al mese di ottobre 2022 l'aeroporto Milano-Bergamo BGY ha registrato un flusso di 8.663.514 passeggeri (dati Sacbo).

Nel contesto di Bergamo-Brescia Capitale della Cultura 2023, inoltre, il flusso di passeggeri sarà ulteriormente incrementato.

L'infopoint enogastronomico è aperto tutti i giorni con orario 7.00-23.00

Ad ottobre 2022 i produttori dei territori di East Lombardy che hanno aderito al progetto Taste&Buy sono 107, così suddivisi per ciascuna provincia (elenco produttori aderenti in allegato):

- 45 produttori di Bergamo
- 31 produttori di Brescia
- 17 produttori di Cremona
- 14 produttori di Mantova

Tra le diverse categorie merceologiche esposte all'interno dell'infopoint si trovano circa 280 prodotti diversi.

A ottobre 2022 sono stati effettuati più di 250 ordini ai diversi produttori coinvolti nel progetto.

DEGUSTAZIONI

Oltre alle attività di degustazione di formaggi, salumi e vini già presenti dall'apertura, a partire da luglio sono state aggiunte diverse tipologie di degustazione di paste ripiene precotte da riscaldare, al fine di promuovere anche i piatti tipici oltre ai prodotti tipici. Da agosto l'offerta è stata ulteriormente integrata con la fornitura di "panini gourmet" contenenti gli stessi prodotti di qualità che sono anche in vendita all'interno dell'infopoint enogastronomico.

Sono state realizzate delle fascette informative bilingue (ita e eng) da applicare a ciascuna vaschetta di formaggi e salumi in degustazione, in modo da fornire al consumatore un'esperienza degustativa completa di nomi, provenienza e descrizioni dei prodotti da degustare.



Taste the best DOP cheeses of East Lombardy
Assapora i migliori formaggi DOP della Lombardia orientale.

1. Taleggio (Bergamo)
2. Silter (Brescia)
3. Formai de mut (Bergamo)
4. Grano Padano (Mantova e Cremona)
5. Bagozz (Brescia)
6. Strachitunt (Bergamo)

Typical products of Bergamo, Brescia, Cremona and Mantova

More than 60 grams of cheese | Più di 60g di formaggio

1. Taleggio
Sweet-tasting cheese with sour notes. It is produced exclusively along the original slope of Mountebello in the provinces of East Lombardy.

2. Silter
Cooked semi-hard cheese. Its sweet delicate taste is obtained from brown cow's milk.

3. Formai de mut
Delicate 'cow' cheese made from natural cow milk. It is semi-cooked, semi-hard and aged for a minimum of 45 days.

4. Grano Padano
Cooked cheese which is produced with local cow milk, exclusively. The milk is partially stirred by natural surfacing.

5. Bagozz
Semi-cooked cheese with a spicy taste. It is typical of Bagolino, a small mountain village nestled in the middle of the Italian Alps.

6. Strachitunt
Semi-soft blue-veined cheese which is processed with the old 'double-paste' method. Its flavor varies depending on the aging: the longer it lasts, the more you will feel a slight bitter aftertaste.



Taste the best cold cuts of East Lombardy
Assapora i migliori salumi DOP della Lombardia orientale.

1. Manhus salami (Mantova)
2. Salame bergamasco (Bergamo)
3. Fiacco (Mantova)
4. Coppa (Mantova)
5. Lardo (Bergamo)
6. Pancetta (Bergamo)

Typical products of Bergamo, Brescia, Cremona and Mantova

More than 60 grams of cold cuts | Più di 60g di salumi

1. Manhus salami
Pork salami with a sweet taste. It is slightly aromatic thanks to the spices used. Its smell is delicate and pleasantly spicy.

2. Bergamo salami
Pork salami with compact soft texture. It is fragrant and succulent with the smell of red pepper and garlic. It also has delicate smell of fresh meat.

3. Fiacco
Prescalt of Fiacco has a sweet savory taste, with hints of dried fruit. Its aroma is intense, spicy with long aging scents.

4. Coppa
Pork sausage whose texture consists simply of soft and fleshy pepper, not to cover the natural aroma of the meat. It has a sweet fragrant taste.

5. Lardo
Cut of pork lardback that is manually salted. It is spicy and sometimes roasted. Soft, white with pink veining. It melts in your mouth.

6. Pancetta
It is fragrant and sweet on the palate. It is also slightly salty, spicy and very soft. It melts in your mouth.

Le vaschette per le degustazioni di formaggi e salumi sono confezionate in skin-pack con materiali sostenibili che utilizzano fino al 90% di plastica in meno.



Vaschetta degustazione formaggi



Vaschetta degustazione salumi



Cantina con vini in mescita per degustazione

ATTIVITA' ISTITUZIONALI

Le attività istituzionali e di promozione dei territori di East Lombardy all'interno dell'infopoint si concretizzano principalmente attraverso una comunicazione visiva e video di grande impatto, la produzione ad hoc di materiale promozionale video e cartaceo, e la formazione delle risorse di personale dedicate.

E' stata realizzata una **brochure** promozionale di 64 pagine in due lingue – italiano e inglese - dedicata al progetto East Lombardy (ai principali punti di interesse turistico, nonché alle eccellenze enogastronomiche dei 4 territori) che vengono distribuite a tutti gli utenti che entrano nell'infopoint. - **si veda paragrafo dedicato**

LEDWALL

All'interno dell'infopoint sono presenti:

-1 lightbox posizionata sulla colonna centrale dell'infopoint raffigurante la mappa illustrata di East Lombardy e il manifesto del progetto;

-1 ledwall verticale posizionato sulla parete interna tra l'ingresso e la vetrina dell'infopoint, raffigurante le icone dei vini, dei formaggi e delle paste ripiene tipici dei territori di East Lombardy;

-1 ledwall verticale posizionato sulla colonna centrale dell'infopoint, sincronizzato con

-1 ledwall orizzontale di 21 metri posizionato lungo il perimetro superiore dell'infopoint, che trasmettono in loop dei video realizzati ad hoc raffiguranti le bellezze, i prodotti tipici, i piatti tipici e i volti dei produttori dei territori di East Lombardy.



Lightbox con mappa illustrata East Lombardy



Ledwall ingresso - icone formaggi tipici



ledwall centrale e perimetrale sincronizzati – video piatti tipici East Lombardy



Interno infopoint

PRODUZIONE MATERIALE VIDEO-POMOZIONALE

I suddetti video sono stati realizzati da professionisti, così come i contenuti promozionali che sono stati realizzati da operatori professionisti insieme allo studio fotografico dedicato al progetto.

I contenuti dei video rappresentano i punti di interesse turistico dei territori di Bergamo, Brescia Cremona e Mantova, oltre alle rispettive eccellenze enogastronomiche.

Le parti scritte dei video che trasmettono le indicazioni delle località e dei prodotti raffigurati sono state realizzate in doppia lingua - italiano e inglese – e si alternano durante la riproduzione.



Ledwall centrale e perimetrale sincronizzati – video promozione territori East Lombardy

Inoltre sono stati realizzati 6 video promozionali tematici da trasmettere all'interno dell'infopoint, girati da professionisti in loco nei territori di East Lombardy. Le tematiche dei video sono rappresentative di tutti i territori di East Lombardy, in particolare:

- salumi
- formaggi di montagna
- formaggi di pianura
- olio
- vino
- paste ripiene

-si veda paragrafo dedicato ai video tematici

RISORSE UMANE DEDICATE

Il personale di VisitBergamo gestisce e coordina il progetto da novembre 2021, ed è incaricato per la copertura dei turni di lavoro dell'infopoint. Il personale è stato formato appositamente per poter fornire ai viaggiatori informazioni in merito ai punti di interesse turistico e alle eccellenze enogastronomiche dei territori di East Lombardy.

Il personale ha inoltre rapporti diretti con tutti i produttori coinvolti nel progetto, e conosce in modo approfondito i prodotti in esposizione presso l'infopoint.

Inoltre sono stati organizzati dei momenti di formazione durante i quali il personale di VisitBergamo e i referenti dei comuni di Brescia, Cremona e Mantova si sono dedicati alla



formazione del personale dell'infopoint, con particolare attenzione ai punti di interesse turistico, ai prodotti enogastronomici tipici e alle zone di produzione degli stessi.

COMUNICAZIONE SOCIAL TASTE&BUY

VisitBergamo si occupa anche della promozione dell'infopoint attraverso i canali social sia di East Lombardy sia dedicati al progetto Taste&Buy. In particolare sui canali Facebook e Instagram di East Lombardy viene periodicamente pubblicato un post dedicato al progetto, mentre sul profilo Instagram dell'infopoint vengono pubblicati quotidianamente post e stories sui prodotti in esposizione e sulle offerte in essere.

VOUCHER SCONTO TASTE&BUY

Sono stati realizzati dei voucher sconto da distribuire ai turisti negli infopoint cittadini e in aeroporto, così da incentivare il passaggio presso l'infopoint Taste&Buy ai turisti in partenza dall'aeroporto di Milano-Bergamo BGY.



*Il progetto Taste&Buy, nato per EastLombardy, è regolato da un suo protocollo di intesa stretto tra VisitBergamo e la Camera di Commercio di Bergamo, i Comuni di Brescia, Cremona e Mantova e ha risorse economiche dedicate.

9-Brochure East Lombardy

A luglio è andata in stampa la brochure di EastLombardy "Le Terre e i Sapori di East Lombardy - un passo avanti verso la sostenibilità e il turismo responsabile": formato A5, 64 pagine + copertina in versione italiana e inglese.

La brochure, realizzata in primis per la distribuzione c/o Taste&Buy è stata anche consegnata ai Comuni di Brescia, Cremona e Mantova per la promozione e distribuzione negli infopoint cittadini.

La brochure è stata realizzata utilizzando sia fotografie che illustrazioni fatte ad hoc dall'illustratore che è incaricato di realizzare le grafiche disegnate del progetto, lo stesso che realizza i ritratti degli chef.



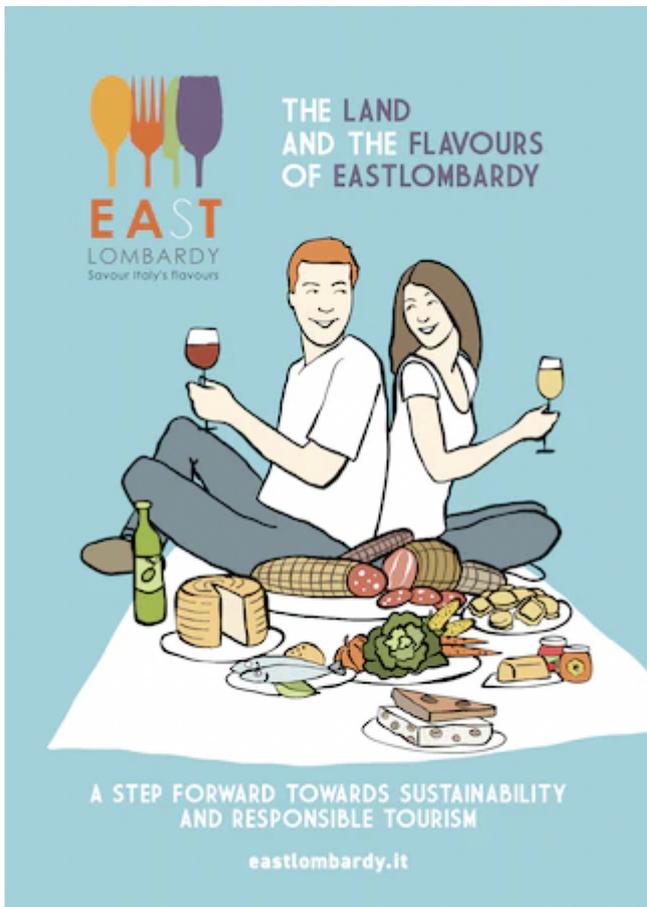
In questo modo si veicola sempre una stessa immagine, accattivante e facilmente riconoscibile dall'utente.

La brochure si compone di:

- una intro in cui si spiega cosa è East Lombardy e i principi su cui si basa il Manifesto;
- una parte dedicata alla promozione turistica - enogastronomica dei 4 territori di East Lombardy
- una parte dedicata alla promozione dei prodotti tipici di East Lombardy, prodotti che vengono presentati per "categoria" (per es: vini, formaggi, paste ripiene, salumi, dolci ecc) ma senza differenziarli tra le province poiché l'obiettivo è di comunicare una stessa regione enogastronomica. Per questo motivo, per esempio, nel paragrafo relativo ai vini o ai formaggi si descrivono i vini e i formaggi di tutte e quattro le province.
- una sezione dedicata alle info utili: come raggiungere East Lombardy, quali sono gli infopoint sul territorio e un rimando al sito web eastlombardy.it

Sono state stampate 20.000 copie in italiano e 20.000 in inglese.

*La brochure non è stata realizzata utilizzando le risorse del budget EastLombardy.





10-Video promozionali tematici

Sono stati realizzati 6 video promozionali tematici promossi sulla linea social di EastLombardy (sia facebook che instagram), sulla linea social di VisitBergamo (sia facebook che instagram), sul canale youtube di Visitbergamo, e verranno trasmessi all'interno dell'infopoint Taste&Buy.

Sono stati girati da professionisti in loco nei territori di East Lombardy.

Le tematiche dei video sono rappresentative di tutti i territori di East Lombardy, e sono:

- salumi
- formaggi di montagna
- formaggi di pianura
- olio
- vino
- paste ripiene

L'obiettivo dei video tematici è quello di mostrare non solo i prodotti tipici del territorio già "finiti" e "confezionati" ma di mostrare anche il processo produttivo che rende i prodotti locali così sani e autentici, attraverso l'attenzione alla sostenibilità e il rispetto degli animali.

I video sono da 30 secondi ciascuno e esistono 3 versioni audio per ciascuno:

- la versione solo musica
- la versione con lo speakeraggio in italiano
- la versione con lo speakeraggio in italiano e sottotitoli in inglese.

Per i reel sui social, sono state realizzate anche delle versioni degli stessi video da 15 secondi.

Sono infine in via di definizione le videointerviste.

si sono infatti intervistati i proprietari delle location in cui sono stati girati i video di modo che ne uscissero delle testimonianze delle realtà locali sul territorio.

Gli argomenti delle interviste sottolineano ancora una volta l'autenticità delle produzioni a filiera corta, il basso impatto ambientale, l'attenzione alla sostenibilità, la lotta agli sprechi e il benessere animale.

le 6 video interviste durano in media 4 minuti ciascuna e saranno complete di sottotitoli in inglese.

Link ai video:

video salumi: https://www.youtube.com/watch?v=5o_DejfowTY

video olio: https://www.youtube.com/watch?v=S4ib_I-26pU

video formaggi pianura: <https://www.youtube.com/watch?v=HpT52MtsdsU>

video formaggi montagna: <https://www.youtube.com/watch?v=i3D2uwCDGHo>

video paste ripiene: <https://www.youtube.com/watch?v=duQSV3flhSI>

video vino: <https://www.youtube.com/watch?v=jtb9BGriAwk>

*I video non sono stati realizzati utilizzando le risorse del budget EastLombardy.