

COMUNE DI CREMONA PROTOCOLLO GENERALE	
0001801	09/01/2026
1.8.2-A	Servizio Consiglio Comunale

PERVENUTO ALLA CASELLA DI POSTA  
ISTITUZIONALE DELLA PRESIDENZA  
DEL CONSIGLIO COMUNALE IN DATA

08 GEN 2026

*J. M. ...*



## INTERROGAZIONE A RISPOSTA ORALE

Al presidente del Consiglio Comunale di Cremona

### OGGETTO: IL "TURISMO SPORTIVO", OCCASIONE DI MARKETING TERRITORIALE

#### Premesso che:

- La presenza dell'U.S. Cremonese nel massimo campionato di calcio rappresenta non solo un vanto sportivo, ma un eccezionale volano di visibilità nazionale per la nostra città;
- Il weekend del 27-28 dicembre 2025 ha visto affluire a Cremona migliaia di tifosi ospiti in occasione della sfida contro la SSC Napoli, generando un impatto significativo sull'economia locale (ristorazione, ricettività, commercio).

#### Considerato che:

- Il portale istituzionale "Visit Cremona", in sinergia con i canali social del Comune, ha pubblicato una guida "smart" intitolata "5+1 cose da fare a Cremona prima di Cremonese-Napoli";
- Tale iniziativa ha riscosso un notevole gradimento online, declinando con ironia e intelligenza l'accoglienza turistica trasformando il tifoso "di passaggio" in un potenziale turista culturale.
- Tale iniziativa non si è limitata alla promozione dei monumenti, ma ha saputo valorizzare la filiera enogastronomica locale e il commercio, stimolando i flussi turistici verso le botteghe storiche e i locali del centro (dai monumenti storici alla tradizione liutaia, fino al rito del panino col salame allo Stadio Zini).

#### Rilevato che:

- La collaborazione tra l'Amministrazione Comunale e le realtà sportive cittadine, in primis l'U.S. Cremonese, è fondamentale per presentare un'immagine coordinata e accogliente della città.
- L'intuizione di questo post mostra come il "turismo sportivo" possa essere intercettato con strategie digitali a basso costo ma ad alto impatto emotivo e comunicativo;
- L'utilizzo di un linguaggio fresco, moderno e "smart" permette di intercettare fasce di pubblico più giovani, spesso presenti tra i tifosi in trasferta, che utilizzano i social media come principale strumento di pianificazione dei propri spostamenti e delle proprie esperienze di viaggio.

**TUTTO CIÒ PREMESSO E CONSIDERATO,**

**SI INTERROGA IL SINDACO E LA GIUNTA PER SAPERE:**

1. Se esistano dati, anche qualitativi, sull'impatto e sulla copertura raggiunta dal post in questione e se sia stata riscontrata un'affluenza di tifosi nei punti di interesse suggeriti (Musei, Torrazzo, botteghe storiche);
2. Se sia intenzione dell'Amministrazione rendere questo format comunicativo un appuntamento fisso per ogni partita casalinga di rilievo della stagione 2025/2026;
3. Quale sia l'attuale livello di coordinamento strategico con l'ufficio marketing dell'U.S. Cremonese per lo sviluppo di pacchetti turistici o convenzioni (es. sconti museali per chi possiede il biglietto della partita) da promuovere tramite questi contenuti social;
4. Se si stia valutando di estendere questo modello di "guida smart" anche ad altri eventi sportivi o culturali di grande richiamo, al fine di consolidare il brand "Cremona" come meta di eccellenza per il turismo esperienziale.

Il consigliere comunale

Paolo La Sala – Fare Nuova Cremona Attiva

