



Stato di attuazione
programma di attività



2016

LUCCA PROMOS – ATTIVITA' 2016 – 30 novembre 2016

Interventi per l'Internazionalizzazione

INIZIATIVE 2016

NAUTICA

1	YARE - INCOMING COMANDANTI E YACHT MANAGER - VIAREGGIO E MARINA DI CARRARA 5-8 APRILE
----------	---

LAPIDEO E ARTIGIANATO ARTISTICO

2	MARMOTEC – COORDINAMENTO PARTECIPAZIONE A FIERA – MARINA DI CARRARA 21-24 MAGGIO
----------	--

3	MARMOMAC – COORDINAMENTO PARTECIPAZIONE A FIERA – VERONA 28 SETTEMBRE- 1 OTTOBRE
----------	--

TURISMO

4	APPROFONDIMENTO E SCOUTING SUL MERCATO CROCCERISTICO
----------	--

5	EVENTO PRESSO TEMPORARY STORE HEADQUATERS SAN FRANCISCO ANNULLATO
----------	--

6	ROADSHOW WORKSHOP ED EVENTO PROMOZIONALE 19 OTTOBRE GINEVRA – 21 OTTOBRE LUGANO SVIZZERA
----------	--

7	WORKSHOP IN USA (15 NOVEMBRE HOUSTON – 17 NOVEMBRE NEW YORK)
----------	--

CAMPAGNA PROMOZIONALE E MARKETING TERRITORIALE

8	Campagna The Lands of Giacomo Puccini
----------	---------------------------------------

9	Campagna The Lands of Giacomo Puccini – Aeroporto Pisa
----------	--

PROGRAMMA DI ATTIVITA' 2016 Stato d'attuazione

Internazionalizzazione

Settore Nautica e subfornitura

1. INCOMING COMANDANTI - YARE & ITALIAN SUPERYACHT FORUM 5- 8 aprile 2016

Location: Versilia e Marina di Carrara presso Fiera Seatec

Organizzazione ed intervento finanziario: Consorzio Navigo e Toscana Promozione con ns sostegno organizzativo e finanziario

Numero aziende partecipanti : 100 aziende (incluso 63 cantieri di produzione)

Numero aziende estere: 100 comandanti (52% esteri e 48% italiani)

Svolgimento dell'iniziativa: YARE si è confermato essere, per la sesta edizione, un evento di B2B di respiro internazionale, che ha permesso alle imprese italiane ed estere del settore di incontrare comandanti provenienti da ogni parte del mondo. Le imprese coinvolte a Yare 2016 – non solo cantieri e aziende legate al refit ma anche le piccole/medi imprese di accessoristica e servizi hanno dunque potuto usufruire di un contesto unico per lo sviluppo del loro business. Yare ha confermato la presenza dei principali cantieri italiani e internazionali specializzati nella costruzione e nel refit di Megayachts, così come quella delle marine italiane di maggiore importanza. Per la prima volta, le imprese straniere hanno raggiunto la percentuale di presenza pari al 50%. Si è notato un chiaro incremento di attenzione verso la manifestazione da parte delle imprese del comparto dei servizi (registri navali, brokers, assicurazioni, yacht management e agenzie).

I protagonisti, i 100 comandanti, yacht managers, fleet managers, surveyors, chief engineers internazionali coinvolti sono venuti in contatto con le aziende partecipanti che hanno proposto i propri prodotti e servizi in uno stimolante contesto di formazione, networking e business. La quota totale di comandanti internazionali coinvolti ha ampiamente superato quella di comandanti italiani nell'edizione 20'16.

Settore Lapideo e Artigianato Artistico

2. COORDINAMENTO E PARTECIPAZIONE ALLA FIERA MARMOTEC 21-24 maggio di Marina di Carrara

Location: Marina di Carrara

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca promos

Numero aziende estere:

La fiera è stata l'occasione per rinnovare la promozione del Consorzio a favore delle 53 aziende associate a livello internazionale grazie all'allestimento di uno stand collettivo dotato di una serie di servizi e utilità studiati in particolarmente per agevolare la possibilità di fare networking ed incontri promozionali e commerciali con gli operatori esteri invitati in fiera interessati al prodotto marmo e alle sue declinazioni in oggetti di scultura, pavimenti, rivestimenti e lavori di artigianato

artistico ad alto valore aggiunto. Sono stati effettuati incontri commerciali B2B organizzati presso lo stand tra le aziende del lapideo ed operatori nazionali ed esteri di elevato livello professionale presenti in fiera. In particolare, per quanto riguarda Lucca Promos e la CCIAA Lucca, sono state distribuiti i cataloghi riguardanti il settore lapideo (italiano ed inglese) ed i flyer del MUSA riguardanti la descrizione delle sue attrezzature/potenzialità e l'iniziativa "Pick Your MUSA"

3. COORDINAMENTO E PARTECIPAZIONE ALLA FIERA MARMOMACC 28 settembre-1 ottobre di Verona

Location: Verona

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca promos

Numero aziende estere:

Marmomacc Verona si è tenuta quest'anno dal 28 Settembre al 1 Ottobre 2016. L'evento si è riconfermato una manifestazione di assoluto rilievo, sicuramente fra le prime tre a livello mondiale nel settore delle macchine, marmi, graniti e pietre. Le aziende espositrici sono state oltre 1500 - con nuovi paesi come Angola ed Indonesia che si sono presentati per la prima volta - e migliaia i visitatori nel corso dei 4 giorni di manifestazione, la maggior parte dei quali interessati e qualificati sotto l'aspetto professionale.

Lo stand del Consorzio Cosmavexport è stato strutturato come uno spazio collettivo a disposizione delle aziende associate che qui hanno trovato un'area attrezzata, un meeting point per incontrare clienti e fornitori, un punto di ristoro con la degustazione di prodotto tipici della Versilia. Sono stati distribuiti le brochure ed il materiale promozionale dei soci, nonchè quello degli "sponsor" e sostenitori della missione promozionale del consorzio: Lucca Promos, la Banca di Credito Cooperativo ed il Comune di Seravezza. In particolare, per quanto riguarda Lucca Promos e la CCIAA Lucca, sono state distribuite diverse decine di cataloghi riguardanti la brochure sul lapideo (italiano ed inglese) ed i flyer del MUSA riguardanti la descrizione delle sue attrezzature/potenzialità e l'iniziativa "Pick Your MUSA".

Settore Turismo

4. APPROFONDIMENTI E SCOUTING SUL MERCATO CROCIERISTICO

E' stata effettuato uno studio per determinare l'incidenza dei flussi turistici determinati dalla presenza di rotte che scalano nei porti di Livorno e di La Spezia, unitamente ad un incremento attestato dalla presenza di opportunità escursionistiche verso la città di Lucca Sono stati attivati dei contatti e ricerche finalizzate ad una migliore conoscenza del mercato focalizzato sull'opportunità di una promozione mirata e concertata a vantaggio del territorio sia per incrementare i numeri delle escursioni, sia per verificare le possibilità di promozione a bordo.

5. EVENTO PRESSO TEMPORARY HEADQUARTERS FONDAZIONE BANCA DEL MONTE ANNULLATO

Nell'anno 2016 la Fondazione Banca del Monte di Lucca ha a disposizione a San Francisco di uno spazio denominato Temporary Headquarter della Fondazione Banca del Monte. In considerazione dell'esperienza maturata è stata richiesta la collaborazione di Lucca Promos s.c.r.l. per organizzare uno o più eventi di presentazione del territorio a tour operators in collaborazione con altre istituzioni del territorio lucchese. Considerando il contesto dell'evento ed il tessuto socio-economico californiano suggeriamo coinvolgimento settore agro alimentare a supporto dell'iniziativa, prevedendo ad esempio degustazioni e show cooking .

6. EVENTO PROMOZIONALE A PARIGI IN COLLABORAZIONE CON ASS. LUCCHESI NEL MONDO – secondo semestre **CAMBIO DESTINAZIONE**

ROADSHOW GINEVRA E LUGANO WORKSHOP ED EVENTO PROMOZIONALE “The Lands of Giacomo Puccini” in collaborazione con Toscana Promozione e l’Associazione Lucchesi Nel Mondo - 19 e 21 ottobre 2016

Location : Ginevra e Lugano Svizzera

Organizzazione ed intervento finanziario : Toscana Promozione e Associazione Lucchesi nel Mondo e il Comune di Montecatini

aziende locali : 3

Operatori esteri : 300

L’evento di promozione si è aperto presso l’Hotel Mandarin Oriental di Ginevra con un workshop BtoB durante il quale 11 aziende turistiche toscane, di cui 3 della provincia di Lucca, hanno presentato la loro offerta turistica a operatori turistici svizzeri (agenzie di viaggio, tour operator, giornalisti) finalizzandola all’avvio di accordi commerciali.

Ginevra, sede delle maggiori organizzazioni e istituzioni internazionali, quali l’Ufficio delle Nazioni Unite (UNOG), l’Organizzazione Europea per la ricerca nucleare (CERN) e l’Organizzazione Mondiale per il commercio (OMC), è un mercato molto importante e interessato all’offerta turistica toscana, nel 2015 dalla Svizzera sono stati registrati 2 milioni di viaggi verso l’Italia e 8 milioni di presenze svizzere in Italia, e la Toscana è tra le mete preferite.

Nel pomeriggio si è svolta, presso il prestigioso Teatro Les Salons nel centro di Ginevra nel segno di The Lands of Giacomo Puccini la presentazione del territorio toscano a cura di Toscana Promozione e delle opportunità e delle eccellenze di Lucca e dei suoi territori con la proiezione delle immagini e dei video dedicati al turismo, alla cultura, all’enogastronomia e all’artigianato della campagna internazionale in corso a cura di Lucca Promos.

L’iniziativa è proseguita con un concerto di arie pucciniane co prodotto dallo staff della cantante Varduhi Khachatryan e dalla Fondazione Festival Pucciniano. Oltre alla celebre artista armena, ha cantato il tenore Alessandro Goldoni, con l’accompagnamento al pianoforte del maestro Xavier Dami.

All’evento, che gode della preziosa collaborazione dell’Associazione Lucchesi nel Mondo rappresentata dalla Presidente Ilaria Del Bianco e dal Sindaco del Comune di Pescaglia Andrea Bonfanti, e della Camera di Commercio Italiana in Svizzera, ha partecipato un pubblico rappresentativo della comunità internazionale ginevrina, tra cui il Console Generale d’Italia a Ginevra Antonino La Piana, funzionari italiani dell’Ambasciata italiana presso le Nazioni Unite ed altre organizzazioni internazionali quali Unesco, UNOG, oltre a rappresentanti dell’Associazione Lucchesi nel Mondo a Ginevra. La serata si è conclusa con un cocktail di degustazione con le eccellenze enogastronomiche del nostro territorio realizzato in collaborazione con l’associazione Strada del Vino e dell’Olio Lucca Montecarlo Versilia. La missione è poi proseguita il giorno 21 ottobre a Lugano dove è stato realizzato lo stesso format con la partecipazione del Comune di Montecatini che in quest’occasione ha organizzato il momento musicale e la degustazione dei prodotti tipici toscani. Il workshop è stato particolarmente interessante per le nostre aziende che hanno potuto acquisire nuovi contatti per future collaborazioni commerciali.

7. INCOMING TOUR OPERATORS/GIORNALISTI DAGLI USA AZIONE FOLLOW UP – entro fine luglio 2016 **CAMBIO ATTIVITA’**

WORKSHOP IN USA : HOUSTON (15 novembre 2015) e NEW YORK (17 novembre 2015)

Location : Houston e New York USA

Organizzazione ed intervento finanziario : Toscana Promozione e Fondazione Giacomo Puccini
 aziende locali : 3 lucchesi
 Operatori esteri : 160

Il progetto svolto in collaborazione finanziaria con Toscana Promozione ed il Comune di Montecatini intendeva esportare il format "Buy Tuscany", ossia presentare l'offerta turistica toscana per tipologie di prodotto, attraverso i cluster a cui il mercato americano risulta maggiormente interessato: luxury/wedding, art cities & towns, country & flavours. Il Roadshow composto da due tappe: una Houston, il 14 novembre presso il Westin Galleria ed il 17 novembre a New York presso il Convene Centre. Il programma dell'attività comprendeva un seminario di presentazione del mercato ed un workshop b2b con incontri commerciali prefissati tra le aziende toscane e i tour operators locali, agenzie di viaggi e stakeholders del settore. Anche Lucca Promos ha avuto modo di parlare con ogni singolo operatore ed illustrare le diverse opportunità dell'offerta complessiva del nostro territorio. All'interno di questo programma è stata richiesta da parte di Toscana Promozione, la collaborazione di Lucca Promos per la realizzazione delle due serate evento per l'organizzazione di un concerto dedicato alle arie del Maestro Giacomo Puccini con la partecipazioni di artisti internazionali in collaborazione con la Fondazione Giacomo Puccini. Nel segno di "The Lands of Giacomo Puccini", durante le serate è stata presentata l'offerta turistica, le molteplici opportunità di itinerari e le eccellenze di Lucca e dei suoi territori con la proiezione delle immagini e dei video dedicati al turismo, alla cultura, all'enogastronomia e all'artigianato della campagna internazionale in corso. Le due giornate hanno avuto una grande affluenza di pubblico e particolarmente apprezzato è stato il momento musicale dedicato al Maestro Puccini.

8. 9. Campagna promozionale e marketing territoriale - Campagna e media relations The Lands of Giacomo Puccini e Interventi Aeroporto di Pisa

La campagna *The Lands of Giacomo Puccini* è proseguita dal maggio dopo la conclusione del febbraio 2016 della fase 2015/2016. A partire dall'agosto, espletata la gara per la nuova immagine, la campagna ha assunto una nuova veste grafica e si è coordinata con strumenti di diffusione sul territorio, che troveranno piena diffusione a partire dal 2017. La campagna resta orientata verso un target di reddito medio-alto, familiare, con interessi culturali e turistici di qualità. La nuova immagine è stata correlata infine alla promozione presso l'aeroporto, che con cadenza quadrimestrale pubblicizza i maggiori eventi di tutto il territorio provinciale.

Uscita	Testata	Immagine utilizzata
n. 4 - maggio 2016	LA FRECCIA mensile aprile - novembre	

n. 80 maggio	Il - Magazine	
n. 5 - Maggio 2016	Dove	
Maggio	Ulisse - Alitalia	
maggio	Etihad inflight	
maggio	Traveller - Easyjet	
n. 21 - 11 maggio 2016	Donna Moderna	
n. 23 - 25 maggio 2016	Donna Moderna	
n. 81 giugno	Il - Magazine	
giugno	Ulisse - Alitalia	






n. 20 - 25 maggio 2016	Vanity Fair - cartaceo	
SUMMER 2016 - Giugno - 25 maggio 2016	CondèNast Traveller	
giugno	Etihad inflight	
giugno	Traveller - Easyjet	
n. 23 - 15 giugno 2016	Vanity Fair - cartaceo	
N.7 - /8 luglio/agosto	Rivista Touring	
n. 82 luglio	Il - Magazine	
n. 26 - 15 giugno 2016	Donna Moderna	
giugno/luglio	Spirito DiVino - Guida Italia Toscana Umbria	

giugno/luglio	Spirito DiVino - in corpo rivista	
n. 02 mare estate - luglio 2016	LA FRECCIA VIAGGI trimestrale numero estate uscita 6/9 luglio - n. settembre (città d'arte) uscita 4/8 ottobre	
n. 25 - 29 giugno 2016	Vanity Fair - cartaceo	
n. 6 - giugno 2016	Dove	ARTICOLO REDAZIONALE predisposto dalla redazione di Dove
n. Luglio	Dove	
dal 4 al 31 luglio 2016	Il Meteo.it	
n. 27 - 13 luglio 2016	Vanity Fair - cartaceo	
n. 30 - 13 luglio 2016	Donna Moderna	
n. 32 - 1 agosto 2016	Donna Moderna	

n. 29 - 20 luglio 2016	Vanity Fair - cartaceo	
dal 5 al 18 settembre 2016	www.touringclub.it	
n. 34 - 10 agosto 2016	Donna Moderna	
n. 36 - 24 agosto 2016	Donna Moderna	
n. 9 Settembre	Dove	
settembre	Traveller - Easyjet	
settembre	LA FRECCIA GOURMET speciale Salone del Gusto 22-26 settembre	
N. 10 - OTTOBRE	Rivista Touring	
n. 84 ottobre	Il - Magazine	

dal 3 al 30 ottobre 2016	Il Meteo.it	
ottobre	Ulisse - Alitalia	
n. ottobre - 5 ottobre 2016	CondèNast Traveller	
n. settembre	LA FRECCIA VIAGGI	
n. Ottobre	Dove	
n. 85 novembre	Il - Magazine	
dicembre	CondèNast Traveller	
novembre	Etihad inflight	
novembre	LA FRECCIA mensile novembre	

ottobre	LA FRECCIA ARTE - speciale quadriennale Roma - Ottobre 2016	
novembre	www.touringclub.it	
dicembre	National Geographic	
N. 12 - DICEMBRE	Rivista Touring	
N. 11	#NOTE - settimanale stazione ROMA MILANO ottobre - novembre	
N. 14	#NOTE - settimanale stazione ROMA MILANO ottobre	
2^ settimana - 14 ottobre 2016	Il Venerdì di Repubblica	
4^ settimana - 25 novembre 2016	Il Venerdì di Repubblica	

		Puccini Days
novembre	Classic Voice	
dicembre	Classic Voice	
dal 20 novembre al 20 dicembre 2016	Classic Voice	
novembre	Amadeus - Il mensile della grande musica	
dicembre	Amadeus - Il mensile della grande musica	

<p>dal 9 novembre 2016 al 8 gennaio 2016</p>	<p>Amadeus - Il mensile della grande musica</p>	
<p>novembre e dicembre</p>	<p>Amadeus - Il mensile della grande musica</p>	
<p>novembre</p>	<p>Rivista L'Opera</p>	