

**Stato di attuazione
programma di attività**

2020



LUCCA PROMOS – ATTIVITA' 2020-

Interventi per l'Internazionalizzazione

INIZIATIVE 2020

NAUTICA

- | | |
|---|---|
| 1 | YARE - INCOMING COMANDANTI E YACHT MANAGER – NAVIGO - INTERVENTO DI PROMOZIONE VIAREGGIO - VERSILIA 18-20 MARZO |
| 2 | VERSILIA YACHTING RENDEZ-VOUS - VIAREGGIO – NAVIGO – INTERVENTO DI PROMOZIONE 28-21 MAGGIO |

LAPIDEO E ARTIGIANATO ARTISTICO

- | | |
|---|--|
| 3 | OPEN MUSA - COORDINAMENTO EVENTO - COSMAVE- |
| 4 | MARMOMAC - COORDINAMENTO PARTECIPAZIONE A FIERA – COSMAVE - VERONA 30 SETTEMBRE -3 OTTOBRE |

TURISMO

- | | |
|---|---|
| 6 | PRESS TRIP GIORNALISTI E BLOGGER PROVENIENTI DA EUROPA DURANTE IL CARNEVALE FEBBRAIO-MARZO |
| 7 | PRESS TRIP GIORNALISTI E BLOGGER INTERNAZIONALI IN OCCASIONE DEL FESTIVAL PUCCINIANO – LUGLIO |
| 8 | PRESS TRIP GIORNALISTI E BLOGGER INTERNAZIONALI IN OCCASIONE DE il DESCO – NOVEMBRE-DICEMBRE |

AGRO ALIMENTARE

- | | |
|----|---|
| 10 | EDUCATIONAL TOUR BUY WINE 2020 – 9 FEBBRAIO REALIZZATA |
| 11 | EDUCATIONAL TOUR BUY FOOD 2020 – MAGGIO |

CAMPAGNA PROMOZIONALE E MARKETING TERRITORIALE

- | | |
|----|---|
| 12 | THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI –annuale |
| 13 | CALENDARIO EVENTI AEROPORTO DI PISA - annuale |

PROGRAMMA DI ATTIVITA' 2020 Stato d'attuazione

Internazionalizzazione

Settore Nautica e subfornitura

1. YARE , YACHTING AFTERSALES AND REFIT 18-20 MARZO

Location : Viareggio – Versilia – Lucca

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca Promos

Yare, Yachting Aftersales And Refit Experience l'evento internazionale di B2B ha come obiettivo L'evento che ha lo scopo di far incontrare i comandanti di yacht con le imprese è giunto alla sua decima edizione. E' un evento con un format esclusivo a livello italiano che sta diventando sempre più importante anche nella sfera internazionale, tutto dedicato al settore refit and aftersales del settore super and megayacht. Lucca Promos, Camera di Commercio di Lucca, partner del soggetto organizzatore NAVIGO, collabora sin dalle prime edizioni con attività di promozione territoriale e all'interno dell'appuntamento 2020 è anche nella prossima edizione sono previste attività di promozione dei luoghi di tutta la provincia di Lucca e trasversalmente l'intera costa, valorizzando il distretto nautico e assieme i suoi prodotti ed eccellenze, le sue potenzialità di accoglienza, con appuntamenti, visite e attività conviviali e sociali dedicate ai comandanti ospiti e alle imprese internazionali.

2. VERSILIA YACHTING RENDEZ-VOUS 28-31 MAGGIO

Location: Viareggio - Versilia

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca Promos

Versilia Yachting Rendez-Vous - La quarta edizione del Versilia Yachting Rendez-vous si svolgerà dal 28 al 31 maggio 2020 quest'anno ancora con un'area più grande nelle Darsene e nel del Porto di Viareggio. Il posizionamento della manifestazione dedicato al top di gamma della produzione nautica, ha confermato Viareggio come scelta d'eccellenza.

La manifestazione 2019 ha visto la presenza di 150 espositori e 40 cantieri, tra i quali un'importante percentuale straniera, rappresentanti pertanto l'intera filiera produttiva nautica: cantieri, accessoristi, motori, broker, charter, tender&toys, marine e servizi.

L'evento ha accolto 22.000 visitatori totali, di cui 9.516 operatori professionali, tra i quali importanti clienti italiani e stranieri, concessionari nautici e dealer, comandanti, appassionati delle imbarcazioni e diportisti.

Gli espositori presenti in fiera sono stati oltre 150, ma soprattutto essi hanno presentato oltre 90 imbarcazioni – il cui valore medio di lunghezza è risultato superiore ai 32,30 metri, in crescita netta rispetto alle passate edizioni.

Lucca Promos prevede per il 2020 di ripetere l'esperienza dell'anno scorso con un'azione diretta di promozione territoriale e un presidio giornaliero con una propria postazione all'interno della sede di Navigo per la divulgazione di materiale promozionale in linea con il brand *The Lands of Giacomo Puccini* e l'allestimento di un Roll-up comunicativo. Lucca Promos e la Camera di Commercio di Lucca con ampia visibilità negli ambiti comunicativi attivati dalla manifestazione anche attraverso i video promozionali delle eccellenze territoriali in coerenza con la campagna

“The Lands of Giacomo Puccini” da veicolare sul maxi ledwall della misura di 3m x 2m collocato all'interno dell'area Lounge.

Settore Lapideo e Artigianato Artistico

3. OPEN MUSA – GIUGNO

Location: Pietrasanta

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca promos
Open Musa 2020, il consueto appuntamento che il Consorzio Cosmave organizza per i propri associati al museo virtuale nel centro di Pietrasanta, ha come obiettivo quello di far convergere al Museo Virtuale della Scultura e dell'Architettura di Pietrasanta un pubblico numeroso di rappresentanti di imprese, clienti, architetti, progettisti, scultori di fama internazionale. Un appuntamento dinamico e informale. Vuol essere anche una operazione di eco-sostenibilità intelligente, capace di abbinare responsabilità ambientale e lavoro dell'uomo. Il Musa diventa sede dove illustrare, grazie ad un video che è stato appositamente commissionato ad un giovane regista emergente, le “best practices” delle realizzazioni locali, per diventare vero e proprio show-room delle eccellenze del territorio, ma anche “contenitore” di un evento culturale che illustri al grande pubblico, alle istituzioni e agli enti governativi che la lavorazione del marmo è una attività rispettosa dell'ambiente, elemento profondamente radicato nel territorio, autore di prodotti carichi di storia e tradizione riconosciuto e apprezzato in tutto il mondo.

4. COORDINAMENTO E PARTECIPAZIONE ALLA FIERA MARMOMAC SETTEMBRE

Location: Verona

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca promos
Marmomacc, la manifestazione veneta del mese di settembre è divenuta appuntamento inderogabile visto il grande numero di operatori qualificati che anno dopo anno confermano la loro presenza a Verona. Il salone mondiale di riferimento per il settore lapideo, con materiali, macchinari, tecnologie e design ha registrato nel 2019 un incremento di molti visitatori che conferma l'alto tasso di internazionalità della manifestazione, con la crescita degli arrivi dall'Unione Europea, in particolare da Germania, Francia, Polonia e Austria. Presenze sempre più qualificate da Stati Uniti, Iran e Brasile. Al tempo stesso si è registrato un maggiore interesse da parte del mercato-Italia con un aumento degli operatori nazionali accreditati.
Anche per il 2020 Lucca promos sosterrà la partecipazione di Cosmavexport, come punto di appoggio per le aziende associate presenti in fiera che non avranno un proprio stand, meeting-point per operatori di settore, punto di diffusione delle ditte e delle loro specificità produttive, distribuzione del materiale promozionale e campionario dei soci del consorzio. Ulteriore servizio, la degustazione di prodotti tipici per tutti i 4 giorni di fiera e la diffusione del materiale della campagna promozionale del Brand “The Lands of Giacomo Puccini”

Settore Turismo

5. PRESS TRIP GIORNALISTI dall'Europa "The Lands of Giacomo Puccini " musica, arte e cultura-enogastronomia in occasione del Carnevale – FEBBRAIO/MARZO

Compartecipazione organizzativa/finanziaria : Lucca Promos Lucca Promos intende realizzare un Press trip di giornalisti e blogger studiato espressamente per andare alla scoperta dei luoghi significativi della vita e delle opere di Giacomo Puccini in sintonia con la campagna promozionale "The Lands of Giacomo Puccini".

La delegazione di giornalisti e bloggers di importanti testate giornalistiche e travel media interessati in itinerari di arte, cultura, tempo libero ed enogastronomia hanno, attraverso un percorso esperienziale, avranno la possibilità di sperimentare le emozioni dal territorio lucchese attraverso anche i servizi offerti, per scoprire le ricchezze ed i valori e proporli ai propri lettori e followers.

Il tour esperienziale percorre con la metodologia dello storytelling, i luoghi più suggestivi legati al Maestro Puccini, cominciando dal centro storico di Lucca e la visita del Museo Casa Puccini, la Mediavalle, il Ponte della Maddalena per poi proseguire per ed il parco della Villa Reale. In occasione del Carnevale, un appuntamento in Versilia la visita del Museo del Carnevale e la partecipazione al Corso del Martedì Grasso lungo la passeggiata liberty lungomare. Nell'itinerario sulle orme del Maestro termina con la visita della Villa Museo di Puccini a Torre del Lago Puccini e il Gran Teatro all'aperto.

6. PRESS TRIP GIORNALISTI INTERNAZIONALI "The Lands of Giacomo Puccini in occasione del Festival Puccini di Torre del Lago –LUGLIO

Location: Lucca

compartecipazione organizzativa/finanziaria : Lucca Promos

Giornalisti e blogger nazionali ed internazionali saranno ospiti di Lucca Promos con il formato ormai collaudato di promozione di The Lands of Giacomo Puccini con un ricco programma che prevede la visita di Lucca con la casa Natale del Maestro, Versilia con la casa, l'ambiente ed il Teatro all'aperto di Torre del Lago, la Mediavalle con la casa di Celle di Puccini e toccando anche i comuni di Camaiore, Pietrasanta e Forte dei Marmi. Il Press Trip viene espressamente organizzato nel mese di luglio in modo da permettere agli ospiti di assistere ad una esperienza unica, quale un'opera rappresentata al Grand Teatro all'Aperto di Torre del Lago. I giornalisti non mancheranno attraverso un percorso sensoriale di assaggiare i nostri piatti tipici accompagnati dai vini e oli igp e doc locali. L'obiettivo è sempre quello di promuovere e valorizzare il territorio attraverso un percorso esperienziale che tocca i luoghi più significativi dell'intera provincia.

7. PRESS TRIP GIORNALISTI INTERNAZIONALI E BLOGGER IN OCCASIONE DE IL DESCO - FOOD AND TRAVEL IN "The Lands of Giacomo Puccini " NOVEMBRE - DICEMBRE

Location: Lucca

compartecipazione organizzativa/finanziaria : Lucca Promos

Il progetto dell'organizzazione di un press trip di 3 giorni per circa 6 giornalisti e blogger internazionali con il formato ormai collaudato di promozione delle Terre di Giacomo Puccini attraverso la visita di Lucca con la casa Natale del Maestro, Versilia con la casa, l'ambiente ed il Teatro all'aperto di Torre del Lago, e la Mediavalle con la casa di Celle di Puccini attorno ai quali si presentano i tre prodotti principali del territorio. Gli ospiti avranno modo visitare la mostra mercato IL Desco dedicata ai prodotti tipici del territorio e non solo e di assaporare i piatti tipici della nostra tradizione accompagnati dai vini e oli. L'obiettivo principale dell'iniziativa è quello di promuovere e valorizzare tutti i territori della lucchesia facendo fare un percorso esperienziale ai partecipanti in modo che possano raccontare e diffondere l'immagine del nostro territorio rafforzando i vari prodotti turistici.

Settore Agro-alimentare

8. EDUCATIONAL TOUR IN OCCASIONE DI BUY WINE - 9 FEBBRAIO

Location: Lucca

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca Promos

Una delegazione di 15 buyer internazionali del settore vitivinicolo è stata ospite domenica 9 febbraio da Lucca Promos in occasione dell'edizione 2020 di BuyWine, il più importante evento dedicato ai vini made in Tuscany, in programma l'7e il 8 febbraio alla Fortezza da Basso di Firenze promosso dalla Regione Toscana insieme a Promo Firenze - Camera di Commercio di Firenze.

Domenica 9 febbraio, Lucca Promos , in collaborazione con il Consorzio Colline Lucchesi e Consorzio Vini Doc Montecarlo, ha organizzato la giornata dedicata alla nostra provincia. Il programma ha compreso la partecipazione dei buyer a due Masterclass e la selezione di otto etichette di vino in degustazione per ciascuna delle due denominazioni: una guidate da Moreno Petrini, Presidente del Consorzio Colline Lucchesi e l'altra da Gino Fuso Carmignani , Presidente del Consorzio Vini Doc Montecarlo. I giornalisti hanno poi assaporato i piatti tipici della tradizione lucchese in abbinamento ai vini locali al Ristorante Mecenate. La giornata è proseguita con la visita e degustazione ospitati dalla Cantina Wandanna a Montecarlo. In serata la delegazione è ritornata a Lucca per la cena degustazione al Ristorante Celide. Gli operatori si sono dimostrati interessati alle etichette dei vini ed hanno apprezzato la visita guidata della città e delle bellezze naturali delle nostre colline. L'obiettivo dell'iniziativa è stato quello di far nascere future opportunità di business e proficue collaborazioni alle aziende dei due consorzi, attraverso la conoscenza non solo dei prodotti ma anche il patrimonio naturale, artistico e culturale del territorio lucchese.

9. EDUCATIONAL TOUR IN OCCASIONE DI BUY FOOD – MAGGIO

Location: Lucca

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca Promos

Anche quest'anno Lucca Promos intende ospitare una delegazione di 10 buyer internazionali del settore food nell'ambito del progetto della Regione Toscana, in collaborazione con PromoFirenze per promuovere a livello nazionale e internazionale il settore agricolo e agroalimentare, con particolare attenzione ai prodotti DOP e IGP della Toscana e per ampliarne la conoscenza sia verso i media che verso i buyer italiani ed esteri, nonché la loro commercializzazione in Italia ed in alcuni paesi target europei ed extraeuropei. La delegazione dopo aver partecipato a BUYFOOD TOSCANA 2020, incontri commerciali B2B, avrà la possibilità di fare un tour sul territorio per conoscere le produzioni DOP e IGP che producano e commercializzano prodotti in cui dette produzioni certificate ne siano ingredienti con valorizzazione in etichetta. Inoltre è prevista una visita guidata e la visita del Museo Puccini alla scoperta delle terre di Giacomo Puccini nell'ambito della campagna promozionale "The Lands of Giacomo Puccini".

ALTRI SETTORI e OPERATIVITA'

Campagna e media relations

10. THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI

Dopo gli esiti delle prime tre campagne promozionali, Lucca Promos di concerto con l'Ufficio Relazioni Esterne della Camera di Commercio di Lucca, si conferma soggetto attuatore del progetto. I finanziamenti della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca, del Comune di Lucca, del Comune di Capannori e di altri Comuni del territorio, nonché della stessa Camera di Commercio, saranno impiegati per la realizzazione di un'ampia campagna promozionale e di marketing, che rispetto all'anno 2015 e al 2016 incrementerà l'attenzione per testate e i media internazionali. La campagna si incentrerà ancora sul catch claim *The lands of Giacomo Puccini* e avrà lo scopo di illustrare in termini suggestivi i principali valori del territorio allo scopo di definire e veicolare la complessa articolazione dell'offerta turistica e *latu sensu* economica: balneazione, città d'arte, enogastronomia, paesaggio, montagna e collina, cammini dello spirito e Via Francigena, valori della produzione e dell'artigianato, turismo sportivo. E' stata effettuata una gara per l'individuazione del grafico e della direzione artistica. A questa attività è connessa quella di media relations per l'attivazione di benefits comunicazionali, quali redazionali, presenza sui social delle testate, estensione dei tempi di permanenza dei social o loro attivazione in conseguenza di altri acquisti. Viene seguita e monitorata la ricaduta sul territorio al fine di costituire un'identità riconoscibile tra la fruizione esterna della campagna e la presenza di immagine nelle imprese turistiche del territorio.

11. THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI – PISA AEROPORTO

Prosegue l'azione presso l'Aeroporto di Pisa – Area Arrivi con la prenotazione annuale di una plancia di circa 6x3, i cui contenuti coordinati con l'immagine della campagna di cui sopra sono aggiornati puntualmente circa tre/ quattro volte nel corso dell'anno per promuovere i maggiori eventi del territorio.