

---

**PIANO PROMOZIONALE  
2021**

---



## PIANO PROMOZIONALE 2021

### Interventi per l'Internazionalizzazione

#### INIZIATIVE 2021

#### NAUTICA

1 YARE - INCOMING COMANDANTI E YACHT MANAGER

2 VERSILIA YACHTING RENDEZ-VOUS - VIAREGGIO

#### LAPIDEO E ARTIGIANATO ARTISTICO

3 MARMOMAC - COORDINAMENTO PARTECIPAZIONE A FIERA – COSMAVE -

4 EVENTO PRESSO MUSA PER I SOCI COSMAVE

#### ARTIGIANATO

5 INCOMING DI PROMOZIONE TURISTICA ED ALTRE ATTIVITA' DI SOSTEGNO ALL'ARTIGIANATO

#### ENOGASTRONOMIA

6 BUY WINE 2021

7 BUY FOOD 2021

8 ANTEPRIMA VINI DELLA COSTA 2021

#### CAMPAGNA THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI – MARKETING TERRITORIALE E TURISMO

9 POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE E DEI PRINCIPALI FESTIVAL

10 POSIZIONAMENTO DEI CARTELLONI PUBBLICITARI PRESSO L'AEROPORTO DI PISA

11 POTENZIAMENTO DELLA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

12 PREDISPOSIZIONE E DISTRIBUZIONE DEL MATERIALE DELLA CAMPAGNA

13 VALORIZZAZIONE DEL SITO UFFICIALE "THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI"

14 CAPITALIZZAZIONE ATTIVA DEI CONTATTI DEGLI INCOMING PER PROMUOVERE IL TERRITORIO E NUOVI INCOMING

# **PROGRAMMA PROMOZIONALE 2021**

## **PREMESSA**

Il presente piano promozionale ha caratteri molto diversi da quelli presentati nel recente passato. Il contesto di incertezza prodotto dalla pandemia COVID 19 alla data della sua redazione rende impossibile la realizzazione di attività ed eventi che prevedano viaggi verso l'estero o dall'estero verso il territorio e/o gli assembramenti tipici di fiere, convention e organizzazioni similari. I contatti con gli interlocutori consueti di Lucca Promos – Regione Toscana, Toscana Promozione, Navigo, Cosmave, associazione di categoria di riferimento, etc... - per la predisposizione del piano annuale di promozione hanno ovviamente confermato questo dato. Risulta quindi difficile indicare come nel passato la scansione di eventi e la tipologia della partecipazione della Società. La possibilità degli sviluppi on-line dei contatti e degli incontri e lo spostamento su di eventi comporterà la necessità di ridefinire gli strumenti gestionali ed amministrativi. Le diverse attività di cui Lucca Promos è soggetto attuatore collegate al progetto di sistema di comunicazione, promozione e marketing definite nel progetto di The Lands of Giacomo Puccini potranno per la loro specifica natura dispiegarsi secondo il presente programma, pur lasciando aperta la possibilità di variazioni del budget specifico per le singole azioni come previste dallo stesso accordo tra la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca e la Camera di Commercio di Lucca – ente controllate della Società Lucca Promos.

### **1. NAUTICA E SUBFORNITURA**

- YARE INCOMING COMMANDANTI E YACHT MANAGER
- VERSILIA YACHTING RENDEZ-VOUS
- BUSINESS TO BUSINESS

Il settore nautico rappresenta uno dei driver dello sviluppo economico del territorio, gli eventi promozionali del settore – YARE e Yachting RV, nonché i businesses to businesses, rappresentano fattori fondamentali dell'internazionalizzazione, del benchmarking con realtà competitive che coinvolgono produzione, refitting e loro indotto, nonché la valorizzazione del patrimonio culturale e turistico del territorio. In attesa di valutare le possibilità e le modalità di svolgimento e le voci di partecipazione alla spesa.

### **2. LAPIDEO E ARTIGIANATO ARTISTICO**

- MARMOMACC – FIERA VERONA
- EVENTO PRESSO MUSA PER I SOCI COSMAVE

Il settore lapideo rappresenta anch'esso uno dei driver dello sviluppo economico del territorio, la Fiera di Verona vede una presenza qualificata e di alto valore delle imprese versiliesi e del loro Consorzio, generalmente un altro evento viene realizzato per i soci e per i professionisti del settore lapideo presso il MuSA di Pietrasanta. In attesa di valutare le possibilità e le modalità di svolgimento e le voci di partecipazione alla spesa.

### 3. **TURISMO ED ARTIGIANATO**

- INCOMING DI PROMOZIONE TURISTICA E ALTRE ATTIVITA' DI SOSTEGNO AL SETTORE

Gli incoming di promozione turistica ed altre attività di sostegno all'artigianato – come ad esempio Le Mani dell'eccellenza in Versilia - sono anch'esse suscettibili di realizzazioni parziali o secondo modalità digitali, ove risulti possibile.

### 4. **AGRO ALIMENTARE ED ENOGASTRONOMIA**

- BUYWINE 2021
- BUYFOOD 2021
- ANTEPRIMA VINI DELLA COSTA

Il settore enogastronomico è promosso da alcuni eventi in parte organizzati dalla Regione Toscana, quali il Buyfood e Buywine o tradizionalmente realizzati a Lucca, quale Anteprima Vini della costa toscana, anche in questo caso in attesa di valutare le possibilità e le modalità di svolgimento e le voci di partecipazione alla spesa.

### 5. **CAMPAGNA PROMOZIONALE THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI - MARKETING TERRITORIALE E TURISMO**

Lo stanziamento straordinario della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca come da convenzione tra la stessa e la Camera di Commercio di Lucca firmata in data 11 settembre 2020, che individua Lucca Promos quale soggetto attuatore, prevede la realizzazione delle seguenti azioni:

- a) **potenziamento alla comunicazione e organizzazione dei principali Festival** - dopo l'attività realizzata nel corso del 2020, si ritiene di procedere anche nel corso del 2021 per il sostegno di competenza annuale per quelle attività che aiutate nel corso del 2020 siano realizzate anche nel 2021 e anche per quelle attività sostenute nel corso del 2021, che procedano a presentare un progetto speciale integrativo;
- b) **posizionamento dei cartelloni pubblicitari presso l'Aeroporto di Pisa** – si procederà alla conferma della presenza e all'aggiornamento del cartellone promozionale in area arrivi e quello immagine in area hall;
- c) **potenziamento della Campagna pubblicitaria per il 2021** – le attività promozionali nazionali ed internazionali potranno riprendere con attenzione agli sviluppi del mercato turistico nazionale ed internazionale, di cui allo stato attuale non si comprende né i tempi, né i modi della ripresa. Il *media plannig* dovrà tenere di conto della situazione pandemica e delle sue evoluzioni e valutare gli strumenti più idonei;
- d) **predisposizione e distribuzione del materiale della Campagna** – la predisposizione di materiali finalizzati alla distribuzione a favore degli esercizi del

territorio – accoglienza, balneazione, ristorazione, spettacolo e cultura – avverrà anch'essa in funzione degli sviluppi della ripresa dei flussi turistici e delle loro attività;

- e) **valorizzazione del sito ufficiale “The Lands of Giacomo Puccini” e social** – la realizzazione del sito e l'attivazione delle funzioni social, nonché la sua manutenzione e il suo aggiornamento, rappresentano un'opzione alternativa divenuta strategica a prescindere dagli effetti della pandemia. Il programma di valorizzazione acquista un valore prioritario per la cura delle informazioni, lo sviluppo dei contatti, la coerenza dei contenuti e la sua implementazione;
  
- f) **capitalizzazione attiva dei contatti degli incoming per promuovere il territorio e nuovi incoming** – sia di concerto con il punto precedente, sia in considerazione della quantità di contatti pregressi da attivare e alimentare si tratterà di accrescere le potenzialità di visibilità del territorio.

Si ricorda che la convenzione già richiamata contempla la possibilità che a causa dell'incerta situazione pandemica possono anche esserci variazioni di budget in funzione dell'evolversi dello scenario pandemico e che il pieno dispiegarsi delle attività, anche a seguito degli esiti del progetto The Lands of Giacomo Puccini giunto alla sesta edizione, comporterà necessarie valutazioni sull'organigramma della Società.