

PIANO PROMOZIONALE

2023

PIANO PROMOZIONALE 2023

Interventi per l'Internazionalizzazione e la promozione del brand The Lands of Giacomo Puccini

INIZIATIVE 2023

NAUTICA

- | | |
|----------|---|
| 1 | YARE YACHTING AFTERSALES AND RIFITTING EXPERIENCE INCOMING COMANDANTI E YACHT MANAGER 15-17 MARZO 2023 – NAVIGO |
| 2 | EVENTO INTERNAZIONALE YACHTING B2B MATCHING - NAVIGO |

LAPIDEO E ARTIGIANATO ARTISTICO

- | | |
|----------|--|
| 3 | PARTECIPAZIONE A FIERA MARMOMAC DI VERONA 26-29 SETTEMBRE 2023 - COSMAVE |
| 4 | OPEN MUSA EVENTI REALIZZATI DA COSMAVE E ASSISTENZA ATTIVITA' PROMOZIONALE |
| 5 | LE MANI ECCELLENZE IN VERSILIA – ALFABETO ARTIGIANO - CNA LUCCA |

CARTARIO E MECCANICA CARTARIO

- | | |
|----------|---|
| 6 | ATTIVITA' DI SUPPORTO E ASSISTENZA IN OCCASIONE DELLA FIERA MIAC 2023 E ATTIVITA' DI CONCERTO CON LA RETE IT'S TISSUE |
|----------|---|

CALZATURIERO

- | | |
|----------|--|
| 7 | EVENTO DI SUPPORTO – INCOMING B2B OPERATORI ESTERI |
|----------|--|

AGROALIMENTARE ED ENOGASTRONOMIA

- | | |
|----------|--|
| 8 | BUYWINE TOUR INCOMING BUYER INTERNAZIONALI |
|----------|--|

MARKETING TERRITORIALE E TURISMO

- | | |
|-----------|--|
| 9 | PROMOZIONE DIGITALE DEL BRAND PUCCINLANDS |
| 10 | POSIZIONAMENTO DEL CARTELLONE PUBBLICITARIO PRESSO L'AEROPORTO DI PISA |
| 11 | CAMPAGNA PROMOZIONALE SUI MEDIA |
| 12 | PRODUZIONE DI MATERIALE DELLA CAMPAGNA PROMOZIONALE |

LUCCA PROMOS è una Società a responsabilità limitata con socio unico la Camera di Commercio Toscana Nord Ovest. La trasformazione della sua principale mission – l'internazionalizzazione dei settori produttivi – è scaturita dall'applicazione delle norme di riforma del sistema camerale, che impedivano azioni dirette di internazionalizzazione. Da allora la Società ha rivisitato la propria compagine sociale, liquidando il socio Provincia di Lucca e rivisitato la propria mission orientandola principalmente verso la compartecipazione progettuale e finanziaria per la realizzazione o per la partecipazione dei principali settori produttivi del territorio ad eventi promozionali di valore nazionale /o internazionali organizzati in Italia. La realizzazione della campagna *The Lands of Giacomo Puccini*, marchio della Camera gestito dalla Società, è il secondo settore di intervento della Società. Nel biennio pandemico Lucca Promos ha gestito risorse ulteriori rispetto al tradizionale apporto camerale che sono state indirizzate in base alle convenzioni sottoscritte tra l'ente controllante e la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca al potenziamento della comunicazione dei principali Festival ed eventi culturali del territorio e al potenziamento dell'immagine del territorio e di alcuni eventi straordinari utili al rilancio del turismo. Il personale della Società è stato di tre unità fino al 30 settembre 2022. L'unità dimessasi in data 30 settembre era da tempo distaccata presso altra società controllata dalla Camera. Le attuali due unità ricoprono l'una compiti amministrativi e contabili, l'altra compiti progettuali e relazionali. Il Direttore sovrintende alla gestione amministrativa e finanziaria della Società ed insieme all'Amministratore Unico tiene le relazioni con le istituzioni e i vertici delle organizzazioni principali rappresentative dei settori produttivi del territorio. Né il Direttore, né l'Amministratore Unico – nominato dalla Camera di Commercio - percepiscono stipendi o indennità a fronte delle responsabilità proprie dei ruoli ricoperti. La Società presenta generalmente entro il 15 di dicembre un piano promozionale delle attività, che viene poi approvato e finanziato con fonti camerale che assorbono anche parte della contribuzione diretta dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca verso la Camera di Commercio. Il rapporto tra il costo dell'attività progettuale ed i costi fissi di gestione supera il 50% a vantaggio del primo.

PROGRAMMA PROMOZIONALE 2023

PREMESSA

Il tessuto imprenditoriale lucchese nel tempo si è sviluppato sul territorio specializzandosi in distretti produttivi manifatturieri che si sono imposti come eccellenze internazionali: la cantieristica nautica, il cartario e la meccanica della carta, il lapideo e il calzaturiero. Il settore manifatturiero lucchese rappresenta l'asse portante in grado di trainare la crescita anche di altri settori economici capaci di offrire prodotti e servizi all'interno dei distretti industriali presenti sul territorio. Nel tempo, tuttavia, il mutato scenario competitivo globale ha innescato una serie di processi di trasformazione e ristrutturazione all'interno dei distretti che hanno indotto mutamenti anche nel tessuto imprenditoriale provinciale.

Il settore della nautica (cantieristica, riparazione e manutenzione), con 534 imprese attive e 648 localizzazioni al 31 dicembre 2021, è il settore di specializzazione con il più elevato numero di unità produttive arrivando a rappresentare l'12,7% dell'intero comparto manifatturiero. Seguono la meccanica (394 imprese attive e 508 localizzazioni), il lapideo (308 imprese e 391 unità produttive) e il calzaturiero (306 imprese e 355 localizzazioni). La carta e cartotecnica, con 152 imprese attive e 286 localizzazioni, si caratterizza per la presenza di imprese maggiormente strutturate e con una dimensione occupazionale media più elevata (42,4 addetti per impresa contro gli 8,2 medi del comparto manifatturiero lucchese). Le peculiarità dei processi produttivi industriali spiegano la ridotta percentuale di imprese artigiane nel cartario, pari al 22,4%, un valore molto contenuto rispetto agli altri settori che spaziano dal 46,6% della nautica al 65,6% del lapideo, con un valore medio del comparto manifatturiero che si colloca al 60,8%.

La rilevanza dei settori di specializzazione produttiva della provincia di Lucca è confermata anche dalla quota di export generata a livello provinciale e regionale. Nel 2021 il valore delle vendite all'estero dalla provincia di Lucca ha superato i 4,5 miliardi di euro, segnando una crescita del +15,3% rispetto al 2020 (600 milioni in più); si tratta di un valore superiore anche a quanto registrato nel 2019, anno rispetto al quale le esportazioni risultano più elevate del 10,4% (+423 milioni). L'import è aumentato invece del +19,7% rispetto al 2020, attestandosi a 2.122 milioni di euro. L'aumento dell'export provinciale ha interessato particolarmente l'Europa, che ha superato i 2,7 miliardi di euro (+16,1% rispetto al 2020), con le vendite verso l'Area UE27 sono salite del +16,2% e quelle verso l'area extra-UE27 del +15,9%. L'export verso il continente americano ha avuto un incremento di un modesto +0,7%, frenato dal lieve calo dell'America settentrionale (-0,9%) mentre l'America centro-meridionale è salita del +2,3%. Sono cresciute anche le esportazioni verso Asia (+9,3%), Africa (+4,1%) e Oceania.

A livello settoriale la cantieristica nautica è risultato il primo settore provinciale per export, con vendite di natanti di lusso per 927 milioni di euro nell'anno, in crescita del +36,7% rispetto al 2020. L'industria della carta e cartotecnica ha venduto all'estero merci per un valore di 914 milioni di euro, registrando un calo marginale (-0,3%); nel dettaglio, le vendite all'estero di pasta da carta, carta e cartone sono cresciute del +10,8% mentre quelle di articoli di carta e di cartone sono diminuite del -7,6%. L'industria meccanica, terzo settore provinciale per export con 875 milioni di euro nei dodici mesi, ha messo a segno un +15,5% sul 2020, con le vendite di macchine per impieghi speciali (625 milioni) salite del +15,4%. In forte crescita le vendite della fabbricazione di materiale elettrico e meccanica di precisione (404 milioni; +40,4%) e dell'industria metallurgica (356 milioni; +43,8%). In linea con il 2020 l'alimentare e tabacco (303 milioni; +0,1%) con le vendite di oli di oliva, semi, etc. in lieve diminuzione (-3,3%). L'export dell'industria lapidea, del vetro e delle pietre estratte (150 milioni) ha recuperato l'8,7% rispetto al 2020, e sono cresciute anche la gomma e plastica (116 milioni; +12,3%), i prodotti del cuoio e calzature (112 milioni; +6,3%) e il tessile e abbigliamento (66 milioni; +8,8%). Il presente piano promozionale sul presupposto dei dati presentati propone le maggiori attività che vedono coinvolta la Società del sistema camerale Lucca Promos o attraverso lo strumento della compartecipazione alla scelta o alla progettazione di eventi promozionali di livello nazionale ed internazionale. Gli interlocutori principali di questa parte del programma sono di consueto: la Regione Toscana per la promozione enogastronomica, il Consorzio Navigo per il settore nautico, il Consorzio Cosmave per il settore lapideo, la Rete It'sTissue per la

meccanica della carta, la Rete Calzaturiera per la produzione calzaturiera e le associazioni di categoria di riferimento. Questi soggetti rappresentano gli interessi aggregati delle imprese e promuovono la visibilità dei singoli comparti in termini generali e diffusi in coerenza con gli stessi obiettivi della Società. Lucca Promos ha come seconda area di attività la promozione generale del territorio – turismo, cultura, settori produttivi – cercando di ricondurla nel contesto della campagna *The Lands of Giacomo Puccini* attraverso l'impiego di strumenti tradizionali – advertising, materiali cartacei da distribuzione, redazionali e cartellonistica aeroportuale – e il crescente ricordo allo sviluppo del digitale e ai nuovi soggetti della promozione: influencer e blogger, digital promoter.

NAUTICA E SUBFORNITURA

Il settore nautico rappresenta uno dei driver dello sviluppo economico del territorio. Gli eventi promozionali del settore organizzati da NAVIGO sono ritenuti fondamentali per l'internazionalizzazione e il benchmarking con realtà competitive attive nella produzione, nel refitting e nel loro indotto e per la correlata valorizzazione del patrimonio culturale e turistico del territorio. NAVIGO è attualmente la più estesa rete di aziende di nautica da diporto della Toscana e una delle principali d'Europa. Un punto di riferimento per imprese associate e non, enti e istituzioni, associazioni di categoria. Nata nel 2007, come uno dei primi centri servizi della Toscana, in questi anni, grazie ad una profonda conoscenza del settore e a un team di collaboratori flessibile e competente, ha saputo affermarsi come referente per le aziende e per gli operatori del settore e come modello di realtà nate in altre regioni italiane. Per conto della Regione Toscana, Navigo coordina anche la rete dei centri di competenza nautici toscani attraverso Rete Penta e anche la Scuola di formazione ISYL, dedicata al training dei futuri Comandanti di megayacht e delle nuove professionalità del mare. Oltre 350 imprese nautiche sono associate alla Rete Penta e quasi 150 imprese sono consociate NAVIGO, fra cui i principali cantieri produttori dell'area, importanti fornitori, yacht manager, imprese di servizio a terra e in banchina, porti e le principali associazioni di categoria. NAVIGO è inoltre partner di marine in Sardegna, Liguria e Malta.

- **YARE YACHTING AFTERSALE AND RIFITTING EXPERIENCE - INCOMING COMANDANTI E YACHT MANAGER 15 -17 MARZO 2023**
www.yarenetworking.com

L'evento realizzato nel distretto nautico toscano, con Viareggio come location principale, sia per quanto riguarda l'ospitalità e gli eventi collaterali, sia come base di partenza dei consueti Shipyard tours, ha coinvolto i cantieri di Pisa e La Spezia e Massa Carrara . Oltre 1.200 incontri B2B nelle due sessioni dedicate al business matching che hanno permesso alle aziende del settore (cantieri navali e di refit, servizi e fornitura) di entrare in stretto contatto con i comandanti di Superyacht attraverso tour nei distretti navali e visite nei cantieri per workshop tecnici; 450 partecipanti all'evento in presenza con 100 comandanti di Superyacht e 80 imprese; brand internazionali rappresentati, che nel corso di quattro intense giornate hanno potuto approfondire durante seminari specialistici: nuovi progetti di refit, sviluppo

nuove propulsioni, servizi a terra e a bordo, cybersecurity, innovazione e sostenibilità, aspetti legali e finanziari per la gestione. Nel 2022 YARE si è arricchito grazie ad una sinergia con Seatec-Compotec, che ha permesso agli ospiti di visitare la nota fiera dedicata alla componentistica. Gli eventi collaterali hanno messo in risalto la valorizzazione del territorio della provincia anche con attività promosse nel contesto di The Lands of Giacomo Puccini. Hanno inoltre arricchito il panorama degli eventi di YARE 2022 il Passerelle Pitch, premio dedicato ai progetti innovativi delle imprese partecipanti a YARE; oltre a workshop sulle nuove figure professionali nella nautica da diporto; attività connesse a progetti europei con l'arrivo di delegazioni internazionali. Il profilo dei comandanti partecipanti è di altissimo livello, con uno spaccato di 15 nazionalità. Gli yacht rappresentati hanno una dimensione media di 40-60 metri, con estremi che vanno da 24 metri (la misura inferiore accettata per la partecipazione all'evento) fino ad oltre 80 metri. I cantieri rappresentati con i brand dei comandanti presenti sono stati 30. Le imprese partecipanti, di cui circa il 15% appartenenti al distretto nautico toscano, mostrano nel loro complesso un quadro completo ed eterogeneo dei servizi di refit ed aftersales che vanno dai cantieri di refit, veri e propri hub di gestione della barca nei mesi invernali, fino ai fornitori di prodotti e servizi specifici con una nutrita presenza di marine nazionali ed internazionali dalla Toscana - Consorzio Marine della Toscana -, alla Liguria, Sardegna, Francia.

➤ **EVENTO INTERNAZIONALE YACHTING B2B MATCHING**

L'evento organizzato da NAVIGO in partnership con ITKAM Camera di Commercio Italiana per la Germania, ha previsto la realizzazione di un incoming specifico per quelle imprese che cercano ed offrono innovazione tecnologica e ricerca di soluzioni sostenibili. Ha offerto da un lato, alle aziende tedesche selezionate, la possibilità di presentare i propri prodotti e servizi, anche grazie a meeting B2B, e dall'altro ai partecipanti italiani che intendono creare o intensificare i rapporti commerciali con la Germania un supporto mirato per la raccolta di informazioni di mercato esaustive e per la formulazione di attività commerciali con l'estero, grazie ad un matching diretto con la controparte tedesca nell'ambito di B2B. Per il 2023 prossimo anno, l'evento sarà organizzato a Viareggio nel distretto nautico con l'endorsement del Ministero Federale tedesco per l'Economia e la Protezione del Clima (BMWK). Comprenderà anche uno scouting per le opportunità di business nel settore nautico con i produttori e fornitori tedeschi dell'industria marittima e della costruzione yachting, offrendo alle imprese tedesche ed italiane la possibilità di stabilire e ampliare contatti commerciali e sviluppare delle opportunità di business mirate. Il programma prevede la presentazione delle aziende tedesche con l'illustrazione dei propri prodotti e servizi, seguito da incontri individuali nelle singole aziende. Questa iniziativa permette alle aziende italiane di creare ed intensificare rapporti commerciali con la Germania – uno dei principali mercati ed uno dei principali competitor - ed anche il supporto mirato per la raccolta di informazioni di mercato esaustive e per la formulazione di attività commerciali future con l'estero attraverso la formula B2B integrata e condivisa.

LAPIDEO E ARTIGIANATO ARTISTICO

Il settore lapideo rappresenta anch'esso uno dei driver dello sviluppo economico del territorio con alto valore delle imprese versiliesi presenti sul territorio ed in parte rappresentate dal Consorzio COSMAVE. Il Consorzio di imprese del marmo apuo-versiliese con le sue 51 imprese consociate rappresenta l'intera filiera del marmo: estrazione marmifera, commercializzazione, progettazione e produzione, lavorazione artistica. Nella compagine consortile sono presenti gruppi industriali leader mondiali nella realizzazione di grandi e prestigiosi progetti, piccole e medie aziende di escavazione e trasformazione, laboratori artigiani specializzati nelle lavorazioni artistiche. Da anni COSMAVE svolge la missione di creare sinergie fra le aziende socie per aumentare il vantaggio competitivo sui mercati internazionali promuovendo il settore lapideo nel mercato globale.

➤ **PARTECIPAZIONE A FIERA MARMOMAC DI VERONA 26-29 settembre 2023**

Si tratta della fiera di settore tra le più importanti nel mondo in considerazione del grande numero di operatori qualificati che anno dopo anno confermano la loro presenza. Il Consorzio è presente con uno spazio collettivo attrezzato a disposizione dei soci rivisitato in chiave di allestimento e di funzionalità per migliorare il servizio alle imprese sulla base di una formula già collaudata negli anni passati e apprezzata dagli operatori. COSMAVE è presente con uno stand nel principale padiglione della struttura fieristica, nell'ottica di coordinare e supportare le aziende del settore. All'interno dell'area stand vengono inoltre organizzati incontri b2b e meeting con interlocutori ed operatori esteri presenti in fiera.

➤ **OPEN MUSA EVENTI REALIZZATI DA COSMAVE e ASSISTENZA ATTIVITA' PROMOZIONALE**

Sono previste attività all'interno del MuSA, il Museo Virtuale della Scultura e dell'Architettura di Pietrasanta con lo scopo di rafforzare l'opera di promozione del territorio e l'offerta produttiva delle aziende lapidee. COSMAVE ha in programma di svolgere varie iniziative presso la struttura: incontri "trasversali", ovvero coinvolgendo anche settori diversi dal lapideo, su tematiche attuali e che facciano da stimolo ad approcci a nuovi al modo di fare impresa e ad integrazioni produttive. Fra i temi affrontati l'artigianato, la tecnologia applicata al settore, le nuove forme di comunicazione e promozione del comparto lapideo.

➤ **LE MANI ECCELLENZE IN VERSILIA - ALFABETO ARTIGIANO**

L'iniziativa Le Mani Eccellenze in Versilia – Alfabeto Artigiano è nata e poi cresciuta per la valorizzazione non soltanto dell'artigianato artistico del marmo, ma in generale per dare maggiore visibilità a tutte le espressioni creative rappresentando l'occasione di dare più visibilità alle imprese del territorio e di rilanciare l'artigianato artistico. L'evento organizzato da CAFENA – Lucca S.r.l si svolge al piano nobile del Palazzo Mediceo, sede prestigiosa e dimora Unesco, ed oltre alla mostra prevede un calendario ricco di eventi e di incontri con personalità importanti del settore in collaborazione con ARTEX, l'Osservatorio dei Mestieri d'Arte (OMA) e della Fondazione Cologni.

CARTARIO E MECCANICA DEL CARTARIO

Settori di eccellenza, che si distinguono per efficienza, innovazione, attenzione per l'ambiente e per le risorse umane: questo il quadro che definisce le imprese della carta e della meccanica per la carta del distretto. Imprese che tuttavia sono inevitabilmente anch'esse alle prese con i gravi problemi che affliggono il manifatturiero europeo e in particolare italiano, con aumenti dei costi di materie prime e trasporti. I dati del 1° semestre 2022 sono eloquenti: rispetto allo stesso periodo del 2021, la produzione ha segnato +1,1% per la carta e +5% per la meccanica per la carta; l'export, rispettivamente, +66,2% e +26,4%. Numeri, questi ultimi, che danno il senso non soltanto di un positivo dinamismo commerciale, ma anche delle distorsioni prodotte dagli aumenti dei prezzi. L'onerosità della bolletta energetica, del gas in particolare, colpisce duramente il settore cartario, andando paradossalmente a penalizzare gli investimenti aziendali nella cogenerazione (autoproduzione di energia elettrica e vapore a partire dal metano) che pure rappresentano per il fabbisogno energetico delle imprese una soluzione ad alta efficienza e a basso impatto. Il comparto lucchese ha una forte componente internazionale ed alcuni suoi gruppi sono presenti negli Stati Uniti, Cina, Svezia, Francia ed altri paesi, così come grandi gruppi con sedi estere hanno produzioni e filiali sul territorio. La visibilità internazionale di un know-how maturato in secoli di storia e sviluppatosi negli ultimi decenni è un tratto fondamentale del settore.

➤ ATTIVITA' DI SUPPORTO ED ASSISTENZA IN OCCASIONE FIERA MIAC 2023 e ATTIVITA' DI CONCERTO CON LA RETE IT'S TISSUE

La Fiera MIAC è una delle fiere internazionali più importanti di settore con numerosissimi visitatori, che giungono a Lucca da tutto il mondo per il proprio aggiornamento professionale e per consolidare o attivare nuove opportunità di business. 250 espositori internazionali del settore cartario: tissue, imballaggio, cartografica, macchine per la produzione, impianti e soluzioni progettuali d'avanguardia sono da sempre presenti al massimo livello di eccellenza e con una proiezione internazionale di livello mondiale composta da imprenditori, manager, seller, buyer, ricercatori e studiosi. IT'S TISSUE è una rete che tiene insieme le maggiori imprese del meccanico della carta e che con cadenza biennale organizza

un evento internazionale di presentazione dell'innovazione di settore a favore dell'efficientamento della produzione della carta nel mondo.

CALZATURIERO

Il settore calzaturiero si colloca in un quadro economico internazionale abbastanza positivo per il 2021 con un export di 86 mln di euro con un +7,0 rispetto al 2020, ma in forte cambiamento, con cui le imprese si devono confrontare anche dal punto di vista del marketing e della comunicazione in un contesto internazionale competitivo. La rete di imprese Tuscany4Shoes è costituita da 54 aziende del settore ed è nata dopo un importante percorso di confronto nell'ottica di rilanciare e favorire lo sviluppo di questo importante e storico comparto produttivo del territorio capannorese. Obiettivo della rete di imprese, che è nata grazie anche al contributo della Camera di Commercio di Lucca e alla collaborazione di Navigo come temporary management company, è quello di concentrare attività su interventi e servizi per il distretto: marketing territoriale, promozione del cluster, progetti innovativi su ricerca e sviluppo, progetti europei, innovation technology, eventi e internazionalizzazione, networking e training. La rete di imprese nasce da un partecipato percorso promosso per sostenere un comparto molto significativo, non solo sotto l'aspetto economico, ma anche per la storia socioeconomica del nostro territorio, grazie all'aggregazione e quindi alla collaborazione di numerose aziende che ne fanno parte, alcune delle quali ancora oggi attive sui mercati internazionali o terziste di grandi marchi nazionali presenti sui mercati esteri.

➤ EVENTO DI SUPPORTO – INCOMING B2B OPERATORI ESTERI

L'evento di incoming unisce in un incontro B2B buyer internazionali e seller del distretto secondo il modello di business network incentrata sul prodotto in un territorio a vocazione calzaturiera ed in un contesto nel quale si fondono manifattura, sapienza, cultura, natura e turismo. L'evento organizzato dalla Rete Tuscany4Shoes in collaborazione con Federmoda, CNA, Comune di Capannori, I.C.E. prevede di ripetere e migliorare l'iniziativa del 2022.

AGRO ALIMENTARE ED ENOGASTRONOMIA

L'enogastronomia rappresenta sempre più un forte richiamo. L'elemento enogastronomico ha acquisito una rilevanza considerevole nelle scelte di viaggio con la partecipazione ad esperienze quali eventi e degustazioni sul tema. Il settore è rappresentato da produzioni viti-vinicole cresciute nel tempo fino a diventare eccellenze toscane presenti sul mercato nazionale ed internazionale. Il settore enogastronomico è promosso da alcuni eventi organizzati dalla Regione Toscana e declinati poi a livello territoriale per la promozione delle eccellenze enogastronomiche locali insieme turismo, arte e cultura.

➤ BUYWINE TOUR – INCOMING BUYER INTERNAZIONALI

Tre delegazioni di buyer internazionali del settore vitivinicolo sono stati ospitati dalla Camera di Commercio Toscana Nord-Ovest domenica 12 febbraio, per scoprire tre territori vocati dell'enoturismo sulla costa. 45 operatori che hanno partecipato all'edizione 2023 di BuyWine, evento dedicato ai vini made in Tuscany, promosso da Regione Toscana in programma alla Fortezza da Basso di Firenze nei giorni 10 e 11 febbraio e che hanno visitato le realtà vitivinicole di Massa, Pisa e Lucca. Come tradizione, i buyer dopo aver degustato i vini alla Fortezza da Basso, sono stati accompagnati a visitare quei terroir di cui i vini della costa sono espressione, con i loro paesaggi, terreni, microclimi, ma anche con le peculiarità artistiche, culturali e gastronomiche.

Hanno scelto il territorio di Lucca i sedici buyer internazionali provenienti da Argentina, Danimarca, Regno Unito, Portogallo, USA, Thailandia, Canada, Svizzera, Israele e Spagna e apprezzato soprattutto l'accoglienza della proprietà della Fattoria Sardi, con la gestione familiare di una giovane coppia, molto entusiasta del suo lavoro. Hanno potuto visitare le vigne e le cantine e notare in particolare, la grande attenzione dell'azienda per l'agricoltura biologica e biodinamica.

Le due Masterclass, con la selezione di otto etichette di vino in degustazione per ciascuna delle due denominazioni Consorzio Colline Lucchesi e Consorzio Vini Doc Montecarlo, sono state seguite con molta attenzione da parte dei delegati.

Il pranzo in fattoria con la bella giornata di sole, si è praticamente svolto all'aperto nel giardino della Villa padronale della tenuta. Il menù degustazione, realizzato dallo chef Damiano Donati, ha dato il valore aggiunto. Sono stati serviti piatti esclusivamente eseguiti con prodotti biologici e di ottima qualità.

Il pomeriggio, tutti i delegati hanno partecipato al tour della città con entusiasmo, soprattutto molto apprezzata la visita guidata del Puccini Museum.

La serata si è conclusa in trattoria con la degustazione dei piatti tipici della tradizione con i vini in abbinamento.

MARKETING TERRITORIALE E TURISMO

Gli effetti della pandemia hanno reso particolarmente evidente la rilevanza del turismo in Italia, un settore di notevole importanza per l'economia nazionale, con un forte potenziale in termini di crescita e di occupazione. L'improvvisa e drastica contrazione dei flussi turistici rilevata nel 2020 ha infatti prodotto significativi impatti sul PIL nazionale e conseguenze rilevanti sulle imprese e sull'occupazione del settore e dell'indotto. Nel 2021 sono tornate a crescere le presenze dei clienti negli esercizi ricettivi, anche se il dato resta inferiore rispetto ai livelli raggiunti nel 2019. Dopo un'estate 2021 di "ripartenza" dei mercati, le stime sui dati del trimestre estivo 2022 sono più che positive e certamente superiori alle attese delle imprese di settore. Una conferma che il turismo regionale sta tornando gradualmente ai "grandi numeri", anche se la stagione appena trascorsa ha fatto emergere qualche cambiamento nelle dinamiche dei consumi turistici, frenati dall'impennata dell'inflazione e dalla tendenza della domanda a privilegiare soluzioni economicamente più vantaggiose. In generale, per l'industria turistica regionale si è

consolidata la crescita della domanda italiana, ad eccezione della costa dove è stata segnalata una leggera flessione, ma soprattutto ha registrato un importante recupero della domanda straniera che dopo il biennio pandemico dovrebbe nuovamente ritornare sopra il 40% della quota di mercato.

➤ **CAMPAGNA PROMOZIONALE THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI**

A Lucca Promos è affidata la realizzazione della campagna *The Lands of Giacomo Puccini* per promuovere e valorizzare il territorio e le sue eccellenze. Iniziata nel 2015 in collaborazione con la Camera di Commercio e con il sostegno della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca, il progetto vuole promuovere tutto il territorio lucchese attraverso una strategia corporativa capace di presentare Lucca e la sua piana, la Garfagnana, la Media Valle del Serchio e la Versilia e le molteplici opportunità ed esperienze turistiche dentro un claim ed un'immagine unitaria. Il viaggio nei territori di Lucca e provincia vede come testimonial universale per rinomanza e diffusione il Maestro Giacomo Puccini: tutto il territorio parla della presenza e delle opere del Maestro, che vide i natali Lucca, visse in Versilia tra Torre del Lago e Viareggio e per origini familiari e passioni personali frequente le colline della valle del Serchio e le montagne dell'Appennino. Il progetto iniziato nel 2015, ha visto in poco più di 6 anni, l'acquisizione di oltre 300 pagine pubblicitarie su testate nazionali ed internazionali di settimanali e mensili di grande diffusione, specializzati in turismo e non solo; l'azione di media relation che ha portato ad oltre settanta articoli su riviste e blog; la pubblicazione di oltre 30 banner del brand con re indirizzamento sul sito da parte di altrettanti siti; la promozione presso l'Aeroporto Galileo Galilei di Pisa, la distribuzione di oltre 50.000 cartoline con le immagini della campagna, la realizzazione di dépliant con gli itinerari ciclo pedonali della provincia, organizzazione di press trip ed educational e produzione di oltre 45 video teaser tematici e 4 relativi ai cammini oltre alla collaborazione con più di 50 eventi del territorio.

➤ **Promozione digitale del brand di Puccinilands**

La campagna storicamente indirizzata ad una presenza sui media tradizionali, in considerazione della oramai preponderante diffusione e degli strumenti digitali è stata soggetta alla revisione biennale – in parte sospesa a causa degli anni pandemici – indirizzata ad una nuova immagine e ad un riposizionamento strategico. Si è proceduto ad una valutazione dei risultati ottenuti fino ad oggi, ad un approfondito studio della nuova immagine, alla definizione di una strategia concreta di presenza sul web e sui social dotandosi anche di un nuovo archivio di immagini e video in linea con il nuovo carattere esperienziale della campagna. Al termine di una fase di studio è partita la campagna social, la ridefinizione del sito, tutt'ora in corso. E' attualmente in working progress il potenziamento e la valorizzazione della digitalizzazione attraverso un'azione di social media management e di aggiornamento del sito Puccinilands. L'obiettivo per il prossimo anno è quello di continuare il potenziamento e valorizzazione della digitalizzazione della promozione

e del posizionamento del brand sui social – lo sviluppo delle prime fasi del secondo semestre 2022 ha prodotto già percepibili incrementi di contatti.

➤ **Posizionamento del cartellone pubblicitario presso l’Aeroporto di Pisa**

Si conferma la presenza e l’aggiornamento del cartellone promozionale in area arrivi dell’Aeroporto di Pisa, allestito con una nuova immagine della campagna con collazione di tre esperienze per le aree territoriali.

➤ **Campagna promozionale sui media**

L’acquisizione di spazi ed inserimenti pubblicitari sulle principali riviste di attualità, turismo e tempo libero ritenute maggiormente di interesse per la promozione ed il potenziamento del brand The Lands of Giacomo Puccini è stato e sarà ridotto a vantaggio della promozione digitale.

➤ **Produzione di materiale della Campagna**

Saranno realizzati nuovi materiali promozionali della campagna finalizzati alla distribuzione durante gli eventi e le manifestazioni, nonché a favore degli esercizi del territorio – accoglienza, balneazione, ristorazione, spettacolo e cultura per la promozione del territorio.