

PIANO PROMOZIONALE

2023

PIANO PROMOZIONALE 2023

Interventi per l'Internazionalizzazione, turismo e 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 | LE MANI ECCELLENZE IN VERSILIA – ALFABETO ARTIGIANO - CNA LUCCA |

CARTARIO E MECCANICA CARTARIO

- | | |
|---|--------------------------------------------------|
| 5 | MEET INTEC NETWORKING IN OCCASIONE DEL MIAC 2023 |
|---|--------------------------------------------------|

CALZATURIERO

- | | |
|---|----------------------------------------------------------|
| 6 | INCOMING B2B OPERATORI BRAND - BRANDS MEET TUSCANY4SHOES |
|---|----------------------------------------------------------|

AGROALIMENTARE ED ENOGASTRONOMIA

- | | |
|----|---------------------------------------------------------------------------|
| 7 | BUYWINE TOUR INCOMING BUYER INTERNAZIONALI - REGIONE TOSCANA |
| 8 | BUYFOOD TOUR INCOMING BUYER INTERNAZIONALI - REGIONE TOSCANA |
| 9 | ANTEPRIMA VINI DELLA COSTA - ASSOCIAZIONE GRANDI CRU |
| 10 | EXTRA SUMMER EDITION 1- 30 LUGLIO 2023- PALAZZO PRETORIO – MAESTRO D'OLIO |

MARKETING TERRITORIALE E TURISMO

- | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11 | PROMOZIONE DIGITALE DEL BRAND PUCCINLANDS E SOCIAL DE IL DESCO |
| 12 | SUPPPORTO ALLA POSIZIONAMENTO DEL CARTELLONE PUBBLICITARIO PRESSO L'AEROPORTO DI PISA |
| 13 | SUPPORTO A LLA CAMPAGNA PROMOZIONALE SUI MEDIA |
| 14 | ATTIVITA' DI MEDIA RELATION E DESTINATION MANAGEMENT - PROGETTO DI PROMOZIONE TURISTICO CULTURALE DEL GRUPPO DI LAVORO DEL COMITATO DELLE CELEBRAZIONI 2024-2026 |
| 15 | PRESS TRIP ASPETTANDO PUCCINI'24 |
| 16 | PRESS TRIP IL DESCO |

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

- **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 METS OLANDA**

L'evento è stato realizzato assieme ai rappresentanti dei distretti produttivi internazionali e principalmente europei, in collaborazione con la Camera di Commercio Toscana nord-ovest e per conto dei distretti Distretto Tecnologico per la Nautica e la Portualità Toscana e i relativi interfaccia internazionali in presenza, alla sua terza edizione. I cluster hanno avuto l'opportunità di presentarsi per attivare relazioni di business, in particolare con cantieri ed aziende della subfornitura e di fare incontri di business B2B e meeting informali. L'evento si posiziona strategicamente proprio all'interno dell'evento METS di Amsterdam. Sull'onda della positiva edizione del 2021 con il progetto Italia & Olanda e del 2022 Italia & Germania, si ripropone l'evento di matching tra i paesi più rappresentativi a livello mondiale del settore yachting. METS è infatti l'evento di subfornitura più importante a livello internazionale e, assieme a pochi altri, ha la possibilità di mettere in contatto operatori da tutto il mondo, rappresentando una vasta gamma di società attive nel mercato dello yachting, dalla progettazione e ingegneria ai cantieri navali, fino ai fornitori di prodotti e di servizi. I cluster nazionali ed europei hanno pertanto molto da offrirsi vicendevolmente, rappresentando un'importante e preponderante fetta della produzione yachting di grandi dimensioni nel mondo. La piattaforma Superyacht Clusters Matching è stato uno strumento ideale per individuare nuove collaborazioni e partenariati, soprattutto per quelle imprese che cercano ed offrono innovazione tecnologica e ricerca di soluzioni sostenibili. L'evento si è svolto durante le 3 giornate (13-17 novembre) con l'agenda B2B tra operatori, presentazione video Sea the Lands of Giacomo Puccini, un video di presentazione del territorio toscano, la distribuzione materiali e gadget e l'ultimo giorno "Tuscan Aperitif" con promozione del territorio. Una parte importante dell'evento è stato il match making all'interno dell'area espositiva NAVIGO, vero cuore dell'evento in cui si sono sviluppati gli incontri di business.

LAPIDEO E ARTIGIANATO ARTISTICO

➤ **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 ha partecipato 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. Lo stand di COSMAVE è situato nel principale padiglione della struttura fieristica, nell'ottica di dare un'immagine di insieme e di supporto alle aziende del settore. All'interno dell'area stand sono stati inoltre organizzati incontri b2b e meeting con interlocutori ed operatori esteri presenti in fiera.

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

L'iniziativa Le Mani Eccellenze in Versilia – Alfabeto Artigiano è nata e poi cresciuta per valorizzare 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 è svolto al piano nobile del Palazzo Mediceo, sede prestigiosa e dimora Unesco, ed oltre alla mostra ha previsto 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. La partecipazione delle imprese è stata importante e ha avuto un consistente ritorno a livello di presenze.

CARTARIO E MECCANICA DEL CARTARIO

➤ **MEET INTEC NETWORKING IN OCCASIONE DELLA FIERA MIAC 2023**

Meet Intec è un nuovo evento che è stato organizzato nell'ottica di valorizzare la presenza di imprese internazionali in concomitanza della Fiera MIAC di Lucca, ed in sinergia con questa, che si tiene nel mese di ottobre 2023: l'evento, prevista per il giorno prima l'inizio della fiera, è stata finalizzata a far incontrare Startup e Pmi innovative con le rappresentanze, italiane e straniere, delle aziende espositrici presenti in Fiera, connesse al settore cartario e specificatamente al cartario Tissue. Lo strumento attraverso il quale le start up hanno illustrato la loro offerta di tecnologia è il pitch, ovvero una breve presentazione del loro progetto innovativo. Il Polo Tecnologico Lucchese collaborerà all'individuazione dei temi su cui impostare la successiva attività di scouting di Pmi e Startup innovative cui far presentare, in coerenza, le proprie soluzioni: in generale un'esigenza sentita in maniera trasversale e crescente è quella della sostenibilità ambientale e del risparmio energetico, dell'efficienza dei processi e della digitalizzazione. Grazie ad una serie di interviste con le aziende target del settore cartario saranno individuati alcuni temi di ricerca, quali: piattaforme di supervisione e monitoraggio da poter installare quali strumenti di controllo ed integrazione di processo (production monitoring, asset

monitoring, tecnologie IoT, logistica avanzata, ecc.) soluzioni per il risparmio energetico e altri miglioramenti che hanno un impatto positivo sulla sostenibilità e sull'efficacia complessiva degli impianti (sistemi di decarbonizzazione e transizione energetica, cogenerazione e gas naturale).packaging d'innovazione, dai materiali più leggeri e delle etichette intelligenti che aiuteranno a tracciare e rintracciare i prodotti, fornire una protezione anticontraffazione, ecc.

CALZATURIERO

➤ INCOMING B2B OPERATORI BRAND

L'evento organizzato dalla Rete Tuscany4Shoes in collaborazione con Federmoda, CNA, Comune di Capannori, I.C.E quest'anno si è focalizzato sulle grandi firme incontrano le imprese del Consorzio Tuscany4Shoes grazie all'evento "Brands meet Tuscany4Shoes", manifestazione di business networking fra una delegazione di buyer delle prestigiose marche di calzature in visita presso il distretto calzaturiero di Capannori e le imprese del distretto stesso.

L'evento promosso e coordinato dal Consorzio Tuscany 4 Shoes ha ospitato la delegazione nei giorni 1 e 2 dicembre coinvolgendola in attività ed iniziative di varia natura: una tavola rotonda e altri momenti di confronto su temi di attualità inerenti il mercato internazionale delle calzature presso il Polo Scientifico di Capannori, sede del Consorzio: il tavolo di incontro animato dalla rivista Tech Art Shoes editore Tecniche Nuove. E' seguita la presentazione del distretto con i suoi prodotti e servizi, un tour guidato presso le imprese del distretto con un'agenda di incontri B2B fra "buyer e seller" nonché momenti convivialità fra cui una visita presso la manifestazione enogastronomica "Il Desco" ed un minicorso di degustazione di olio, oltre ad un percorso tra i prodotti del territorio e una cena negli splendidi locali del circolo dell'Unione di Lucca centro.

Si tratta di un'iniziativa senza precedenti, focalizzata sull'incontro tra artigianato di alta qualità del mondo delle grandi firme e innovazione distintiva del distretto calzaturiero che si propone di celebrare eccellenza artigianale e la creatività unica che caratterizzano entrambi gli universi, avendo ben chiaro il quadro degli obiettivi che le firme cercano nelle forniture di oggi e di domani.

AGRO ALIMENTARE ED ENOGASTRONOMIA

➤ 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.

➤ **BUYFOOD TOUR – INCOMING BUYER INTERNAZIONALI 28 OTTOBRE**

La Camera di Commercio Toscana nord-ovest ha aderito al progetto proposto dalla Regione Toscana per il settore agroalimentare di qualità DOP e IGP, coordinato da Promofirenze, l'azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze, per l'organizzazione dell'iniziativa di BUYFOOD Tour, incoming di 15 buyer internazionali in programma il 28 ottobre. A conclusione delle due giornate di appuntamenti B2B, della 5ª edizione di BUYFOOD TOSCANA, che si sono svolte a Firenze nei giorni precedenti è stata data la possibilità ai buyer interessati di partecipare al Educational Tour al fine di migliorare la conoscenza dei territori di provenienza dei prodotti di qualità IGP e DOP del territorio, aumentandone la loro attrattiva. L'obiettivo è stato quello di favorire e consolidare la proiezione nazionale ed internazionale dei territori delle tre province di riferimento della Camera di Commercio unendo la conoscenza delle eccellenze agro alimentari e le produzioni tipiche di qualità e il grande patrimonio paesaggistico, culturale ed artistico. Un'esperienza che ha dato modo agli ospiti di degustare ed assaggiare prodotti tipici di qualità e far vivere un'autentica esperienza del territorio. Il

programma ha previsto una truffe experience seguita da un pranzo degustazione di tartufo che ha molto entusiasmato gli ospiti stranieri. Nel pomeriggio è stata organizzata la visita della Certosa di Calci. L'ospitalità della delegazione estera presso Hotel Thermal Spa di Bagni di Pisa, dove gli operatori, a fine giornata hanno potuto fare una esperienza termale rilassante è stata seguita da una cena degustazione nelle sale affrescate della struttura con piatti tipici preparati con ingredienti e prodotti selezionati tra le aziende partecipanti alla suddetta manifestazione.

E' stata data particolare rilevanza alla promozione delle eccellenze agro alimentari e turistica dei territori della Camera di Commercio Toscana nord-ovest, con l'obiettivo di far fare agli ospiti un'esperienza di tasting e lifestyle indimenticabile tra le bellezze naturali ed artistiche e restare con la voglia di tornare.

➤ ANTEPRIMA VINI DELLA COSTA

Si è svolta il 12 e 13 marzo 2023 a Lucca a Real Collegio, nel cuore del centro storico. La scelta è stata determinata dalla volontà di favorire la partecipazione degli operatori di settore. In particolare si è tenuto conto del coinvolgimento del mondo della ristorazione, al quale è stata dedicata la giornata del lunedì con la rassegna dei vini di Costa Toscana e incontri predisposti. Oltre 600 etichette in degustazione per un viaggio attraverso la Costa Toscana. Dalla Lunigiana, tra Vermentini bianchi e neri e sfumature di antichi vitigni, si attraverseranno le dolci colline lucchesi fino alle Terre di Pisa per proseguire nella terra del Sassicaia, Bolgheri, arrivando a sud nella vasta maremma fino a Capalbio al confine con il Lazio. La Camera di Commercio ha sostenuto l'evento con l'ospitalità per l'edizione 2023 di 10 giornalisti settore Wine & Life Style e l'organizzazione dei desk per la presentazione dei servizi della Camera di Commercio con la distribuzione del materiale promozionale turistico delle tre province in collaborazione con gli Ambiti turistici di riferimento;

➤ EXTRA SUMMER EDITION'23 – MAESTRO D'OLIO

La manifestazione si è svolta dal 1 al 31 luglio 2023 con orario continuato dalle 10.00 alle 21.00, ogni giorno sotto il loggiato di Palazzo Pretorio Lucca con l'organizzazione ospitalità dei giornalisti del settore agro alimentare, olio extravergine d'oliva. Extra Lucca Summer Edition è un momento di divulgazione culturale sull'olio extravergine di oliva. L'evento mira a sensibilizzare i visitatori sul riconoscere la qualità dell'olio extravergine. Queste attività di promozione si sono svolte prettamente in lingua inglese e francese sotto il loggiato di Palazzo Pretorio, in Piazza San Michele a Lucca. La manifestazione ha rappresentato un momento di promozione territoriale che comunica i prodotti lucchesi, toscani e italiani d'eccellenza, facendo conoscere le aziende artigianali di olio extravergine e di eccellenze enogastronomiche italiane al pubblico internazionale che ogni giorno visita Lucca. In occasione dell'evento, è stata organizzata una cena di gala di premiazione delle

Corone e Gemme Maestro d'olio presso Palazzo Pfanner in data mercoledì 19 luglio 2023 per 150 ospiti che su invito, hanno potuto vivere una cena all'olio con piatti preparati dai ristoranti della provincia di Lucca. La Camera di Commercio ha sostenuto l'evento per l'edizione 2023 con l'ospitalità dei giornalisti del settore agro alimentare invitati all'evento, l'organizzazione del desk per la divulgazione del materiale promozionale turistico delle tre province in collaborazione con gli Ambiti turistici di riferimento. La manifestazione ha accolto anche la visita dei giornalisti dei media stranieri ospiti del Press Trip dedicato alla musica organizzato dalla Camera di Commercio TNO con una piccola degustazione e presentazione del territorio.

MARKETING TERRITORIALE E TURISMO

➤ 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.

➤ **PRESS TRIP ASPETTANDO PUCCINI'24**

La musica è stato il filo conduttore del Press trip Aspettando Puccini '24 per scoprire i territori di Lucca, Massa – Carrara e Pisa. I giornalisti provenienti da Spagna, Polonia, Germania e Austria. I giornalisti sono stati ospiti del Press trip dal 12 al 16 luglio'23 organizzato dalla Camera di Commercio della Toscana Nord Ovest in vista delle Celebrazioni pucciniane per il Centenario della morte di Giacomo Puccini 2024, in collaborazione con Lucca Promos, Terre di Pisa e Riviera Apuana.

Un'iniziativa per far conoscere e visitare ai giornalisti esteri i territori delle province di Lucca, Massa – Carrara e Pisa, guidati dalla musica, fil rouge che li ha accompagnati alla scoperta delle principali attrazioni turistiche e degli eventi. Nel programma è stato previsto una giornata dedicata a ciascun territorio, con inizio da Pisa con una passeggiata sulle mura medievali, recentemente aperte al pubblico, per arrivare in piazza dei Miracoli, al Battistero e alla Cattedrale, monumenti conosciuti in tutto il mondo e patrimonio dell'Umanità, e proseguire con la visita del Museo delle Navi, testimonianza del glorioso passato della Repubblica marinara. Nel pomeriggio sono stati ospiti di Terme di Bagni di Pisa per un momento di relax per poi trasferirsi a Cascina per entrare nel vivo del tema musicale: Virgo, l'osservatorio gravitazionale europeo, che ha aperto le sue porte per offrire un'esperienza ripetibile solo in altri due luoghi del mondo. Sempre a Cascina, il borgo fortificato antico avamposto della difesa di Pisa contro Firenze, il Comune, in collaborazione con l'Associazione Musicale Fanny Mendelssohn per l'occasione ha organizzato un suggestivo concerto di Arpa all'interno dell'oratorio di San Giovanni. L'arpista Floraleda Sacchi, che fa parte della nuova generazione di musicisti d'avanguardia ha proposto brani del suo repertorio. La seconda giornata è stata tutta dedicata ai luoghi Pucciniani, iniziando da un tour nella città di Lucca per proseguire con visita al Puccini Museum – Casa Natale del Maestro Giacomo Puccini e al Museo degli Avi di Celle di Puccini. I giornalisti sono stati ospiti, sotto il Loggiato di Palazzo Pretorio, della manifestazione Lucca Extra Summer Edition per un light lunch a base di prodotti tipici accompagnati da olio e vino del territorio ascoltando una piccola anticipazione del Festival Virtuoso & Belcanto (in programma dal 17 al 30 luglio a Lucca) con l'intervento musicale della violoncellista lucchese Fabia Simini, corsista del Festival, che ha suonato dei brani di Bach e di Ennio Morricone. La giornata è poi proseguita sul Lago di Massaciuccoli nella splendida atmosfera di Torre del Lago per la visita della Villa Museo Puccini, un tour in battello e si è conclusa con la partecipazione alla serata di apertura della stagione del Festival Pucciniano dove è andata in scena La Bohème. L'ultimo giorno dedicato a Massa – Carrara e alle Cave di Marmo, con un tour esperienziale alla scoperta delle bellezze del marmo e l'immane assaggio del lardo di Colonnata e delle altre delizie del territorio e del legame di questo territorio con il Maestro Giacomo Puccini: il compositore lucchese, infatti, diresse nel 1901 al Teatro Politeama di Carrara una performance di Tosca, e ebbe all'attivo diverse collaborazioni con l'Accademia di Belle Arti di Carrara per organizzare eventi legati alla sua vita e alla sua musica.

➤ **PRESS TRIP IL DESCO**

La Camera di Commercio Toscana nord-ovest ha ospitato 6 giornalisti nazionali e corrispondenti in Italia di testate internazionali di Spagna, Germania, USA e Italia in occasione de **Il Desco 2023** con il tema esperienze enogastronomiche e percorsi culturali .

I 6 giornalisti, ospiti del Press trip dal 29 novembre al 3 dicembre, in una 3 giorni di full immersion nei territori delle tre province di Lucca, Massa Carrara e Pisa hanno potuto visitare alcune produzioni artigianali non solo agroalimentari ma anche artistiche e culturali. I giornalisti hanno avuto l'opportunità di sperimentare le eccellenze enogastronomiche dei luoghi e apprezzare tutte le tipicità delle produzioni locali, sapori e valori da riproporre e raccontare ai loro lettori e followers. Il programma ha previsto una prima tappa nei borghi di Pisa con la visita del Castello dei Vicari a Lari, la visita del Pastificio Martelli, della Grotta Busti nel borgo di Lari e la degustazione e cena di prodotti con la ciliegia di Lari presso la Bottega di Canfreo. Il secondo giorno i giornalisti sono andati alla scoperta di Carrara. L'Accademia delle Belle Arti, il Polo Artistico San Martino e soprattutto la visita alla Cooperativa Scultori con le loro opere e la storia degli artigiani che con tanta maestranza e amore lavorano la materia prima, ha impressionato tutti i presenti. Gli ospiti hanno poi raggiunto Colonnata per visitare il laboratorio di una famosa lardereria e degustare le varie produzioni di lardo. Nel pomeriggio il tour è proseguito in Garfagnana, al Museo del Castagno dove sono stati accolti dal Presidente il quale ha illustrato la storia e la passione del passato nella coltivazione del castagno. Non è mancata la degustazione dei famosi "necci" con la ricotta accompagnata da un buon vino locale. La serata si è conclusa nella splendida tenuta di Villa Santo Stefano dove sono state visitate le cantine e degustati piatti della tradizione conditi con olio evo e accompagnati da vini pregiati di loro produzione. La visita dell'Agriturismo Ai Carli, dove l'amore di Monica per i suoi animali, caprette, pecore, mucche, si respira nell'aria e si assapora nella produzione dei suoi formaggi ha fatto scoprire una piccola realtà tutta da raccontare. La giornata è proseguita con la visita a Il Desco con la partecipazione alla presentazione del libro " A tavola con i Grandi" Artusi ed. ed una degustazione di olio evo delle colline di Lucca. Gli chef dei ristoranti Mecenate e Gli Orti, aderenti all'iniziativa "Esco dal Desco", con i loro menù degustazione hanno fatto assaggiare i piatti della tradizione preparati con prodotti tipici accompagnati dai vini e oli del territorio. La Certosa di Calci ha fatto da protagonista nell'ultima giornata che si è conclusa di nuovo nel territorio pisano con la visita ed il pranzo degustazione presso il Frantoio di Vicopisano.

➤ **Promozione digitale del brand di Puccinilands**

Si è proceduto alla definizione di una strategia concreta di presenza sul web e sui social con il nuovo archivio di immagini e video in linea con il nuovo carattere esperienziale della campagna. E' partita la campagna social, l'implementazione del sito con una nuova sezione "Puccini 100" dedicata alle Celebrazioni del Centenario di Puccini '24. 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 è quello di continuare il potenziamento e valorizzazione della digitalizzazione della promozione e del posizionamento del brand sui social – lo sviluppo nelle fasi del secondo semestre 2023 ha prodotto già percepibili incrementi di contatti.

➤ **Promozione social facebook - instagram dalla manifestazione Il Desco**

promozione dell'evento "il Desco" organizzato dalla Camera di Commercio Toscana Nord-Ovest attraverso la gestione diretta delle pagine social attive – Facebook, Instagram – seguendone il piano editoriale, la presentazione degli espositori e dei prodotti, le informazioni sugli eventi che richiedono una iscrizione (workshop, degustazioni, corsi), post con foto/video del Real Collegio prima e durante i giorni del Desco e 1 / 2 video progettati e realizzati ad hoc per raccontare l'allestimento e la manifestazione e i contenuti realizzati saranno tradotti tutti anche in lingua inglese;

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

Supporto alla CCIAA TNO durante la fase di contrattazione per l'aggiornamento del cartellone promozionale in area arrivi dell'Aeroporto di Pisa, con la nuova immagine della campagna con collazione di tre esperienze per le aree territoriali.

➤ **Campagna promozionale sui media**

Supporto alla CCIAA TNO per l'individuazione e 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 notevolmente ridotto a vantaggio della promozione digitale.

➤ **Attività di Media Relation e destination management - Progetto di promozione turistico culturale del Gruppo di lavoro del Comitato delle Celebrazioni 2024-2026**

Nel luglio 2023 è stato costituito un Gruppo di lavoro, che vede coinvolti i referenti operativi per il settore turismo dei Comuni di Lucca, Forte dei Marmi e l'Unione dei

Comuni della Garfagnana, dell'Agenzia Regionale "Toscana Promozione Turistica", della Camera di Commercio della Toscana Nord Ovest cui partecipa la Fondazione Giacomo Puccini.

In particolare, i suddetti Comuni rappresentano anche, in qualità di Comuni capofila, gli Ambiti turistici omogenei rispettivamente di Piana di Lucca, Versilia e Garfagnana, costituiti a seguito dell'ultima riforma della legge regionale sul turismo, il cui scopo è quello dell'informazione ed accoglienza turistica e le cui attività vengono coordinate da Toscana Promozione e fino a quest'anno finanziate dalla Regione Toscana.

Il Gruppo di Lavoro si pone come obiettivo quello di valorizzare le destinazioni turistiche della lucchesia in occasione del centenario del Maestro, artista celeberrimo nel mondo intero. La ricorrenza del prossimo anno, può diventare un'occasione per un ulteriore rilancio dei luoghi pucciniani.

Il progetto intende avvalersi dei prodotti già realizzati e delle esperienze maturate negli scorsi anni nell'ambito del progetto "The Lands of Giacomo Puccini", nato su iniziativa della cessata Camera di Commercio di Lucca e della sua partecipata Luccapromos, e finanziato dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca, per promuovere la provincia di Lucca dal punto di vista turistico, facendo leva proprio su uno dei suoi più famosi ambasciatori, Giacomo Puccini.