Allegato 1)
RELAZIONE al PIANO PROMOZIONALE 2017

Quadro Generale

Lucca Promos s.c.r.l. è la Società consortile a responsabilità limitata partecipata dalla Camera di Commercio di Lucca e dalla Provincia di Lucca allo scopo di favorire l'internazionalizzazione delle imprese dei settori produttivi e dopo la soppressione delle Agenzie per la promozione turistica anche del settore turismo. La Camera di Commercio di Lucca e Lucca Promos s.c.r.l. nel passato hanno partecipato all'intera fase di programmazione locale e regionale in materia di promozione internazionale secondo gli indirizzi emanati dalla Regione Toscana – Toscana Promozione e la metodologia condivisa con Unioncamere regionale e con il conseguente coinvolgimento della rappresentanze delle imprese, dei consorzi, dei centri servizi, delle reti di impresa, nonché per le politiche di promozione turistica dai Comuni e dalla Provincia di Lucca. Oltre a questi obiettivi, Lucca Promos ha presentato e gestito anche progetti europei e unitamente agli Uffici camerali preposti promuove informazioni, servizi, strumenti volti a favorire l'internazionalizzazione del sistema delle imprese. Durante l'anno 2016 si è confermata la discontinuità del modello regionale impiegato per l'attuazione delle politiche promozionali sia nel settore turismo, che in quello dei comparti produttivi, fino al 2014. La Regione Toscana nella tarda primavera del 2016 di fatto ha completato l'assetto istituzionale e organizzativo delle promozione internazionale attribuendo a Toscana Promozione le sole competenze turistiche e richiamando alla Regione medesima le competenze di promozione internazionale dei settori produttivi. La prospettiva 2016 conferma comunque la fase di trasformazione e di incertezza dell'intera funzione della promozione a livello regionale e conseguentemente locale. L'Unione Regionale ha favorito a partire dall'agosto 2016 incontri con la Regione toscana e con Toscana Promozione per comprendere i possibili livelli di collaborazione e al fine di armonizzare gli interventi sia per ciò che concerne il turismo, che i settori produttivi. Tali livelli di collaborazione e coproduzione diventano inoltre necessari dopo la recente approvazione del D. Lgs. 276 del 25 novembre 2016, che ha completato il processo di riforma delle Camere di Commercio e che esclude che le Camere di Commercio possano svolgere missioni di promozione internazionale, se non in collaborazione con enti e organismi competenti, ad esempio Istituto Commercio Estero e nell'attuale configurazione costituzionale la Regione Toscana e i suoi enti attuativi, ad esempio per il turismo Toscana Promozione. In questo quadro normativo

generale occorre poi tenere presente l’altrettanto recente riforma del sistema delle partecipate e la successiva sentenza della Corte Costituzionale 251/2016 relativa ad alcune deleghe della legge di riforma delle pubbliche amministrazioni, tra le quali anche quella di riforma del sistema delle partecipate. Si ricorda infine che con comunicazione del 18 ottobre ultimo scorso, la Provincia di Lucca richiede il recesso dalla compagine sociale anche in considerazione del fatto che le attuali competenze dell'ente provincia non prevedono funzioni in materia di promozione ed internazionalizzazione e con la quale la Provincia propone in alternativa l'acquisto diretto da parte della Camera delle quote di proprietà provinciale. Pur in questo contesto di incertezza normativa, si è comunque proceduto ad effettuare incontri sia con la Regione Toscana, sia con Toscana Promozione, con le categorie economiche per la ricezione di indirizzi sul programma 2017, la concertazione progettuale della Camera di Commercio di Lucca con la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca circa la condivisione di progetti di comunicazione e internazionalizzazione ed infine si è preso atto del contributo consortile a favore di Lucca Promos previsto nel Bilancio Camerale 2017 in fase di formazione pari ad € 350000,00. La Giunta Camerale ha in fase di approvazione la proposta di Bilancio 2016, che prevede uno stanziamento, quale quota consortile per il funzionamento di Lucca Promos s.c.r.l. una somma pari ad € 350.000,00 per la realizzazione del programma di cui al precedente capoverso. Lucca Promos ha a partire dall'esercizio 2016 provveduto all'eliminazione del costo dell'Amministratore Unico; a ridurre la composizione e i costi dell'Organo Revisore; a ridurre i costi delle collaborazioni professionali in materia di gestione contabile e gestione economica del personale e a ridurre la quantità di materiali per costi generali di funzionamento (costi promozionali, carta, materiali grafici, …), per cui i costi di funzionamento sono così rappresentati: dai costi del personale per circa 129.000,00 euro, per circa 2500,00 euro dell'Organo Revisore, per circa 6.000,00 euro per collaborazione contabile e relativa al personale e per circa 5000,00 per spese generali, Si ricorda che circa 39.000,00 di costi di personale saranno rimborsati a seguito del distacco di un'unità di personale presso la società controllata Lucca In Tec e che nel corso del 2016 è stata eseguita una puntuale attività di cartolarizzazione, che ha consentito di prevedere la coerente capienza del fondo svalutazione crediti in circa 8000,00 euro. Al netto dei costi di funzionamento, i restanti 228.000,00 saranno impiegati per la realizzazione delle attività promozionali di incoming e di outgoing - quest'ultime solo se compartecipate da soggetti competenti nelle funzioni di internazionalizzazione -, nonché per la realizzazione di campagne promozionali di diffusione nazionale ed internazionale e per la prosecuzione di

attività in essere presso l'Aeroporto di Pisa e il coordinamento locale dei messaggi nazionali ed internazionali.

Il presente programma quindi potrà essere suscettibile di cambiamenti, modificazioni e precisazioni in base allo sviluppo delle normative nazionali, delle politiche regionali e del confronto con il territorio sia nella sua componente istituzionale, che finanziaria.

Settori Produttivi

In considerazione dei principali comparti produttivi del territorio si ritiene opportuno segnalare le seguenti attività progettuali:

SETTORE NAUTICO

YARE 2016 dal 19 al 22 aprile 2016

Yare, Yachting Aftersales And Refit Experience è un evento internazionale di B2B che fa incontrare i comandanti di yacht con le imprese. Giunto alla sua settima edizione, è un format esclusivo a livello italiano ed uno dei pochi a livello internazionale dedicato al settore refit and aftersales del settore super and megayacht. Lucca Promos, Camera di Commercio di Lucca, partner del soggetto organizzatore NAVIGO, collaboreranno con un'attività di promozione territoriale all'interno dell'appuntamento 2017 che prevede una serie di eventi itineranti che coinvolgeranno i territori di Lucca, Viareggio, Pietrasanta, Forte dei Marmi e trasversalmente l'intera costa, promuovendo il distretto nautico e assieme il territorio, 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. patrimonio naturale e artistico, turistico, culturale ed eno gastronomico può offrire molto anche a chi vi soggiorna per lavoro.

NAVIGO, società consortile, che tiene insieme istituzioni pubbliche e un numero significativo di imprese private, richiede pertanto una collaborazione per l'evento YARE (Yacht After sales and Refit Experience) giunto alla sua sesta edizione, durante il quale

vengono invitati come hosted buyers circa 100 comandanti di superyachts e megayachts, messi in contatto con altrettante aziende con incontri B2B ed ovviamente ospitati sul territorio in base ad un programma, che mette in risalto le eccellenze e i punti di forza dell'intero comparto viareggino e dell'intero territorio. Per tale evento è richiesto il coinvolgimento di Lucca Promos sia operativo, che finanziario. Quest'ultimo si esprimerà in modo diretto tramite l'organizzazione di attività promozionali volti alla conoscenza delle eccellenze del territorio.

SETTORE ARTIGIANATO ARTISTICO E LAPIDEO

Il comparto economico rilevante per l'economia dell'intero territorio e dell'intera regione toscana annovera importanti complessi industriali, un diffuso sistema di piccole imprese artigiane fortemente qualificate e singoli artisti che sollecitano la giusta attenzione alla promozione di settore. I recenti impegni mostrano la vitalità del territorio che ha organizzato tra il 2014 e il 2015 missioni a New York e Montgomery in considerazione del peso del mercato americano. Si ritiene opportuno verificare i livelli di collaborazione con eventuali eventi di sistema tra Carrara e Pietrasanta, tuttavia l'interesse aggregato del settore richiede sostegno per una qualificata presenza alla Fiera di Verona e alla Fiera di Carrara e in subordine all'organizzazione di incoming di operatori dai Paesi sensibili all'impiego del marmo per costruzioni, per ornamenti e per installazioni artistiche..

SETTORE TURISMO

L'anno 2016 sembra chiudersi con dati sostanzialmente positivi, per quanto differenziati tra le diverse tipologie dell'accoglienza, in parte dovuti alla stagione estiva di cui hanno beneficiato le destinazioni costiere della provincia di Lucca, ma in base ad un'offerta articolata tra arte, paesaggio, spettacolo ed eventi , enogastronomia e sport, anche quelle interne, collinari e montane. E' necessario compiere delle scelte volte al consolidamento dei flussi da parte di alcuni Paesi, e sollecitare nuovi arrivi provenienti da Paesi in cui si attesta una maggiore propensione al turismo. I mercati nord europei sono stati negli ultimi anni affrontati con attività promozionali all'estero e con incoming sul territorio, mentre non sono ancora rientrati nella programmazione di Lucca Promos mercati in crescita quali quello francese e quello statunitense. La programmazione è stata pertanto orientata a

sollecitare l'interesse di tali mercati sia per quanto riguarda i tour operator attivi sulla Toscana o potenzialmente interessati a Lucca, sia per quanto riguarda la stampa tradizionale e online.

EVENTO PROMOZIONALE RUSSIA in coproduzione con Toscana Promozione – secondo semestre

Il mercato russo risulta sempre più sensibile ai valori racchiusi nel nostro territorio e negli ultimi anni è cresciuto anche se lentamente in termini sia di arrivi, che di presenze. Anche in considerazione delle priorità individuate dalla Regione Toscana e da Toscana Promozione si ravvisa l'opportunità di procedere all'organizzazione di un evento promozionale di presentazione del territorio sotto il brand di The Lands of Giacomo Puccini. L'obiettivo è soprattutto quello di coinvolgere tour operators, giornalisti, stakeholders e il social network in collaborazione con altre istituzioni del territorio lucchese.

ROAD SHOW USA in coproduzione con Toscana Promozione – secondo semestre

Dopo il positivo riscontro della collaborazione con Toscana Promozione per la missione a New York e Houston nel 2016, si conferma l'interesse per il mercato statunitense individuando altre due importanti città americane. La crescita della presenza statunitense sul territorio attesta il perdurare dell'interesse del mercato americana verso la Toscana, con una sempre maggiore attenzione rivolta a Lucca. Profonda influenza su questa scelta hanno i valori culturali – in particolari la rinomanza mondiale di Giacomo Puccini e delle sue opere -, paesaggistici ed eno-gastronomici. L'incoming si propone quindi di coinvolgere operatori americani e di favorire B2B con aziende lucchesi, al fine di sostenere la promozione e la contrattazione diretta. Il tema della missione sarà incentrata sul brand *The Lands of Puccini*.

ALTRI SETTORI e OPERATIVITA'

La presenza di altri settori di minore rilevanza economica rispetto ai dati dell'esportazione, ma tuttavia significativi per l'economia lucchese, quali ad esempio l'agroalimentare e il

florovivaistico comporta l'opportunità di avere una disponibilità finalizzata a possibili interventi da definirsi.
Inoltre il programma in fase di realizzazione implica la necessità di dotarsi di supporti operativi, in considerazione delle risorse umane della Società, oggi ridotte a due unità, di cui una con compiti prevalentemente amministrativi e una dedicata alla progettualità. La terza unità, in distacco alla Società Lucca In Tec, sarà comunque utile per l'esperienza maturata ai fini di eventuali comuni attività tra le due società per la promozione nazionale ed internazionale delle opportunità per l'innovazione – start up e accelerazione – fornite dal Polo Tecnologico di Sorbano all'interno del Parco Urbano dell'Innovazione.

Campagna promozionale e di marketing territoriale

Campagna e media relations The Lands of Giacomo Puccini

Dopo gli esiti delle prime due campagne promozionali, Lucca Promos s.c.r.l. 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 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… Si prevede una gara per l'individuazione del grafico e della direzione artistica l'individuazione di un budget per la produzione e di un budget per l'acquisto degli spazi pubblicitari. A questa attività si connetterà quella di media relations per l'attivazione di benifits comunicazionali, quali redazionali, presenza sui social delle testate, estensione dei tempi di permanenza dei social o loro attivazione in conseguenza di altri acquisti. Sarà inoltre seguita 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.

The Lands of Giacomo Puccini – Aeroporto di Pisa

Proseguirà 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 saranno aggiornati per circa tre/ quattro volte nel corso dell'anno per promuovere i maggiori eventi del territorio.