

ALLEGATO) N. 6



Programma di attività



2019

LUCCA PROMOS – ATTIVITA' 2019

Interventi per l'Internazionalizzazione

INIZIATIVE 2019

NAUTICA

- | | |
|---|---|
| 1 | YARE - INCOMING COMANDANTI E YACHT MANAGER – NAVIGO - INTERVENTO DI PROMOZIONE VIAREGGIO - VERSILIA 21-24 MARZO |
| 2 | VERSILIA YACHTING RENDEZ-VOUS - VIAREGGIO – NAVIGO – INTERVENTO DI PROMOZIONE 9-12 MAGGIO |

LAPIDEO E ARTIGIANATO ARTISTICO

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

TURISMO

- | | |
|---|---|
| 5 | PRESS TRIP GIORNALISTI E BLOGGER PROVENIENTI DA EUROPA DURANTE IL CARNEVALE FEBBRAIO - MARZO |
| 6 | PRESS TRIP GIORNALISTI E BLOGGER INTERNAZIONALI IN OCCASIONE DEL FESTIVAL PUCCINIANO - LUGLIO |
| 7 | PRESS TRIP GIORNALISTI E BLOGGER INTERNAZIONALI IN OCCASIONE DE il DESCO – NOVEMBRE-DICEMBRE |

AGRO ALIMENTARE

- | | |
|---|--|
| 8 | EDUCATIONAL TOUR BUY WINE 2019 – 10 FEBBRAIO |
| 9 | EDUCATIONAL TOUR BUY FOOD 2019 - MAGGIO |

CAMPAGNA PROMOZIONALE E MARKETING TERRITORIALE	
10	THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI -annuale
11	CALENDARIO EVENTI AEROPORTO DI PISA - annuale

PROGRAMMA DI ATTIVITA' 2019 Stato d'attuazione

Internazionalizzazione

Settore Nautica e subfornitura

1. YARE , YACHTING AFTERSALES AND REFIT 2019 dal 21 AL 24 MARZO

Location : Viareggio – Versilia – Lucca

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca Promos

Yare, Yachting Aftersales And Refit Experience l'evento internazionale di B2B che ha come obiettivo quello di far incontrare i comandanti di yacht con le imprese è giunto alla sua nona edizione. E' un evento con un format esclusivo a livello italiano che sta diventando sempre più importante anche nella sfera internazionale, tutto dedicato al settore refit and aftersales del settore super and megayacht. Lucca Promos, Camera di Commercio di Lucca, partner del soggetto organizzatore NAVIGO, collabora sin dalle prime edizioni con attività di promozione territoriale e all'interno dell'appuntamento 2019 collaborerà come sempre alla realizzazione di attività di promozione dei luoghi di tutta la provincia di Lucca e trasversalmente l'intera costa, valorizzando il distretto nautico e assieme i suoi prodotti ed eccellenze, le sue potenzialità di accoglienza, con appuntamenti, visite e attività conviviali e sociali dedicate ai comandanti ospiti e alle imprese internazionali.

L'esclusiva caratteristica dell'evento è quella di facilitare e rendere produttivo l'incontro informale, il contatto e il networking tra aziende di prodotti e servizi e gli utenti finali che appartengono all'area tecnica e decisionale del refitting come i comandanti, gli yacht manager, i surveyors ed i rappresentanti degli armatori: un pubblico altamente qualificato e professionale, con elevata capacità di decisione e di acquisto. A partire da mercoledì 21 marzo sarà ospitata una folta delegazione di comandanti di super mega yacht provenienti dal bacino del Mediterraneo e dai

paesi anglosassoni e rappresentanti di prestigiose associazioni italiane e statunitensi di comandanti internazionali.

I comandanti sono ospitati sul territorio in base ad un programma, che vuol mettere in risalto le eccellenze e i punti di forza dell'intero comparto viareggino e dell'intero territorio. Per tale evento è stato richiesto il coinvolgimento di Lucca Promos sia operativo, che finanziario. Quest'ultimo si esprime in modo diretto tramite l'organizzazione di attività promozionali e di comunicazione, con particolare focus sulla campagna promozionale "The Lands of Giacomo Puccini" volti alla conoscenza delle eccellenze del territorio. In modo particolare si prevede la serata di gala, il 22 marzo 2019, presso una location di prestigio, alla presenza di 500 ospiti internazionali.

2. VERSILIA YACHTING RENDEZ-VOUS dal 9 al 12 maggio 2019

Location: Viareggio - Versilia

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca Promos

Versilia Yachting Rendez-Vous è la terza edizione di un nuovo evento riservato alla nautica di eccellenza: imbarcazioni, accessori e componenti, servizi e marina concepito per rispondere all'esigenza dell'industria nautica di valorizzare le grandi capacità tecnologiche, progettuali, di design, luxury e di pregio artigianale che caratterizza la produzione delle imbarcazioni. La manifestazione si conferma come il primo evento internazionale nel calendario del settore nautico in Italia. All'interno del Versilia Yachting Rendez-Vous vengono realizzate diverse iniziative come visite d'arte, happening culturali, degustazioni enogastronomiche e shopping guidato fra le località più prestigiose del nostro territorio. L'evento si svolge spazialmente in un'area identificabile sulla parte finale della Via Michele Coppino (negli specchi acquei di Darsena Italia – Darsena Europa) ed è prevista la collocazione nelle due darsene di un numero di imbarcazioni che va dalle 60 alle 90 unità di diporto. Quest'anno si prevede un incremento della partecipazione delle imprese legate al mondo della nautica e trasversalmente tutte quelle in grado di offrire servizi/prodotti agli yacht, che coinvolgono un'ampia categoria.

Lucca Promos partecipa alla coproduzione dell'evento per favorire la realizzazione delle attività di promozione del territorio e di networking con lo scopo di creare un'opportunità di interscambio di informazioni all'interno della comunità nautica. Nell'ambito delle iniziative di promozione Lucca Promos si propone di realizzare un'azione diretta di promozione territoriale e un presidio giornaliero con una propria postazione all'interno della sede di Navigo per la divulgazione di materiale promozionale in linea con il brand *The Lands of Giacomo Puccini* e l'allestimento di un Roll-up comunicativo. Lucca Promos e la Camera di Commercio di Lucca con ampia visibilità negli ambiti comunicativi attivati dalla manifestazione anche attraverso i video promozionali delle eccellenze territoriali in coerenza con la campagna "*The Lands of Giacomo Puccini*" da veicolare sul maxi ledwall della misura di 3m x 2m collocato all'interno dell'area Lounge.

Settore Lapideo e Artigianato Artistico

3. OPEN MUSA – 2019 giugno

Location: Pietrasanta

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca Promos

Open Musa 2019, il consueto appuntamento di inizio estate che il Consorzio Cosmave organizza per i propri associati al museo virtuale nel centro di Pietrasanta, ha come obiettivo quello di far convergere al Museo Virtuale della Scultura e dell'Architettura di Pietrasanta un pubblico numeroso di rappresentanti di imprese, clienti, architetti, progettisti, scultori di fama internazionale. Un appuntamento dinamico e informale. Vuol essere anche una operazione di eco-sostenibilità intelligente, capace di abbinare responsabilità ambientale e lavoro dell'uomo. Il Musa diventa sede dove illustrare, grazie ad un video che è stato appositamente commissionato ad un giovane regista

emergente, le “best practices” delle realizzazioni locali, per diventare vero e proprio show-room delle eccellenze del territorio, ma anche “contenitore” di un evento culturale che illustri al grande pubblico, alle istituzioni e agli enti governativi che la lavorazione del marmo è una attività rispettosa dell’ambiente, elemento profondamente radicato nel territorio, autore di prodotti carichi di storia e tradizione riconosciuto e apprezzato in tutto il mondo

4. COORDINAMENTO E PARTECIPAZIONE ALLA FIERA MARMOMACC 27-30 settembre 2019

Location: Verona

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca promos

Marmomacc, la manifestazione veneta del mese di settembre è divenuta appuntamento inderogabile visto il grande numero di operatori qualificati che anno dopo anno confermano la loro presenza a Verona. Confermatosi una manifestazione di assoluto rilievo, sicuramente fra le prime tre a livello mondiale nel settore delle macchine, marmi, graniti e pietre. Anche per l’edizione a venire, come di consueto, l’iniziativa sarà articolata in uno stand con la funzione di area a disposizione degli associati dove svolgere le attività di contatto con clienti e fornitori. Lucca Promos svolgerà un’azione di comunicazione e promozione attraverso la distribuzione di materiale informativo sul distretto e informativa sulle attività del Museo Musa di Pietrasanta, promozionale nell’area dedicata all’accoglienza, networking e b2b incontri commerciali tra aziende e operatori esteri.

Settore Turismo

5. PRESS TRIP GIORNALISTI dall’Europa “The Lands of Giacomo Puccini ” musica, arte e cultura-enogastronomia in occasione del Carnevale - febbraio /marzo

Location: Lucca

compartecipazione organizzativa/finanziaria : Lucca Promos

Il progetto di educational tour – press trip di 3 giorni per 6 giornalisti provenienti dall’Europa nelle Terre di Giacomo Puccini si presenta con tre riferimenti centrali: Lucca con la casa Natale del Maestro, Versilia con la casa, l’ambiente ed il Teatro all’aperto di Torre del Lago, e la Mediavalle con la casa di Celle di Puccini attorno ai quali si presentano i tre prodotti principali del territorio. Un momento particolare sarà dedicato alla Cittadella del Carnevale , il museo e la partecipazione dei delegati al Corso mascherato. Verranno programmati anche interviste ed incontri con gli artisti artigiani locali che hanno realizzato i carri dell’edizione 2019. I delegati avranno altresì modo di assaporare i piatti tipici della nostra tradizione accompagnati dai vini e olio durante le varie serate organizzate nei ristoranti locali. L’evento ha come obiettivo principale quello di promuovere e valorizzare tutti i territori della lucchesia rafforzando il prodotto turistico e in questo specifico evento focalizzare l’attenzione sull’offerta e le peculiarità della costa versiliese.

6. PRESS TRIP GIORNALISTI INTERNAZIONALI “The Lands of Giacomo Puccini in occasione del Festival Puccini di Torre del Lago – luglio 2019

Location: Lucca

compartecipazione organizzativa/finanziaria : Lucca Promos

Il progetto dell’organizzazione di un press trip di 4 giorni per circa 6 giornalisti e blogger internazionali con il formato ormai collaudato di promozione delle Terre di Giacomo Puccini attraverso la visita di Lucca con la casa Natale del Maestro, Versilia con la casa, l’ambiente ed il Teatro all’aperto di Torre del Lago, e la Mediavalle con la casa di Celle di Puccini attorno ai quali si

presentano i tre prodotti principali del territorio. Il tour viene espressamente organizzato nel mese di luglio in modo da permettere agli ospiti di assistere ad una esperienza unica , quale un'opera rappresentata al Grand Teatro all'Aperto di Torre del Lago. L' atmosfera magica e suggestiva permetterà ai giornalisti di vivere a pieno una serata in questo magnifico scenario e raccontare ai propri lettori le emozioni provate. I giornalisti avranno la possibilità in oltre di assaporare i piatti tipici della nostra tradizione accompagnati dai vini e oli e raccontare l'esperienza di uno "show cooking " in diretta organizzato appositamente per loro. L'obiettivo principale dell'iniziativa è quello di promuovere e valorizzare tutti i territori della lucchesia facendo fare ai giornalisti un percorso esperienziale e stimolare il racconto e la diffusione del nostro brand territoriale.

7. PRESS TRIP GIORNALISTI INTERNAZIONALI E BLOGGERS IN OCCASIONE DE IL DESCO - FOOD AND TRAVEL IN "The Lands of Giacomo Puccini " fine novembre/dicembre 2019

Location: Lucca

compartecipazione organizzativa/finanziaria : Lucca Promos

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

Settore Agro-alimentare

8. EDUCATIONAL TOUR IN OCCASIONE DI BUY WINE 2019 - FEBBRAIO

Location: Lucca

Compartecipazione organizzativa/finanziaria: Lucca Promos

Quest'anno Lucca Promos ha deciso di aderire al Educational Tour di Buy Wine proposto dalla Regione Toscana. Come da programma consolidato, a conclusione delle due giornate di appuntamenti B2B, BuyWine offre la possibilità ai buyer interessati di partecipare a Educational Tour. Lo scopo è migliorare la conoscenza dei territori di provenienza dei vini degustati aumentandone l'attrattiva. Il territorio di ogni denominazione è considerato il vero valore aggiunto per i vini toscani e si ritiene di primaria importanza dare l'opportunità ai buyer di conoscerlo. Negli anni precedenti i tour sono stati organizzati con la collaborazione dei Consorzi di Tutela dei vini toscani e si ipotizza che anche per l'edizione 2019 questi stessi soggetti possano essere coinvolti sebbene con modalità diverse. Per il 2019 si rende necessario adottare una formula condivisa per soddisfare le esigenze degli operatori stranieri di approfondire la conoscenza del territorio di appartenenza dei vini toscani. La Regione Toscana propone alle Camere di Commercio della

Toscana, che hanno manifestato interesse a collaborare, di organizzare delle visite sui territori del vino di 1 giorno con le seguenti caratteristiche: - masterclass: presentazione del territorio e della sua storia dal punto di vista enologico: ogni tour dovrà iniziare con una presentazione della denominazione e dei vitigni (microclimi, composizione del terreno, evoluzione dei vini negli anni, pricing, ecc.); - pranzo con la presentazione e la degustazione dei vini e delle specialità locali guidata da esperti del settore; - breve visita guidata presso luoghi di interesse (vista la stagione – febbraio 2019 – preferibilmente monumenti, cantine di pregio storiche o moderne, vigne, paesaggio di particolare interesse, ecc.); - pernottamento preferibilmente presso un'unica struttura. Si ritiene di primaria importanza che ogni Camera di Commercio individui un leader professionale in ciascun tour (es. sommelier, giornalista) con un buon inglese tecnico, che oltre a guidare il gruppo sia in grado di trasmettere, in modo accattivante, contenuti specifici e far vivere ai buyer un'esperienza.

9. EDUCATIONAL TOUR IN OCCASIONE DI BUY FOOD 2019 – MAGGIO

La Regione Toscana, in collaborazione con PromoFirenze realizza un progetto per promuovere a livello nazionale e internazionale il settore agricolo e agroalimentare, con particolare attenzione ai prodotti DOP e IGP della Toscana, per ampliarne la conoscenza sia verso i media che verso i buyer italiani ed esteri, nonché la loro commercializzazione in Italia ed in alcuni paesi target europei ed extraeuropei. Il progetto "BUYFOOD TOSCANA 2019" prevede uno sviluppo in due fasi: una prima fase la partecipazione gratuita BUYFOOD TOSCANA 2019 – seminari) di conoscenza o consolidamento sulle tematiche del rafforzamento e la crescita in particolare della piccola impresa, al fine dell'acquisizione di strumenti più incisivi per l'ampliamento dei mercati di riferimento, anche internazionali, attraverso la partecipazione a uno più seminari proposti. L'adesione a tali seminari è aperta e gratuita a tutti gli operatori agroalimentari della Toscana compreso i produttori di prodotti DOP e IGP della Toscana ed ai relativi Consorzi o Associazioni di tutela e valorizzazione.- Una seconda fase (BUYFOOD TOSCANA 2019) che prevede la partecipazione ad incontri commerciali B2B, allo scopo di favorire l'attivazione di rapporti commerciali con buyers italiani e di altri paesi, europei ed extraeuropei, preceduta da una specifica attività di informazione, da organizzare anche in base alle caratteristiche delle aziende partecipanti. Tale evento sarà organizzato nel primo semestre del 2019, ed esclusivamente riservato ai beneficiari selezionati tramite apposito bando rivolto a imprese, singole o associate, purché abbiano sede operativa in Toscana, che producano e commercializzano prodotti DOP e IGP della Toscana che producano e commercializzano prodotti in cui dette produzioni certificate ne siano ingredienti con valorizzazione in etichetta. Con l'occasione si offre la possibilità ai buyer interessati di partecipare ad un Educational Tour sui territori. Con tale scopo Lucca Promos ha deciso di partecipare a questa nuova iniziativa per consolidare e migliorare la conoscenza delle produzioni alimentari d'eccellenza , DOP e IGP del proprio territorio.

ALTRI SETTORI e OPERATIVITA'

Campagna e media relations

10. THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI

Dopo gli esiti delle prime tre 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. E' stata effettuata una gara per l'individuazione del grafico e della direzione artistica. A questa attività è connessa quella di media relations per l'attivazione di benefits comunicazionali, quali redazionali, presenza sui social delle testate, estensione dei tempi di permanenza dei social o loro attivazione in conseguenza di altri acquisti. Viene seguita e monitorata la ricaduta sul territorio al fine di costituire un'identità riconoscibile tra la fruizione esterna della campagna e la presenza di immagine nelle imprese turistiche del territorio.

11. THE LANDS OF GIACOMO PUCCINI – PISA AEROPORTO

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