**The Lands of Giacomo Puccini: rinnovata l’immagine**

*Lucca, 24 giugno 2022* – L’eterogeneità di interessi, stimoli, emozioni, sensazioni, ma anche di cultura, arte, eventi, servizi che il nostro territorio offre generano moltissime domande alla quale vi è un’unica risposta **Yes Lucca**. Questo il messaggio che lancia l’operazione di rebranding e restyling di The Lands of Giacomo Puccini, il progetto di comunicazione e marketing territoriale per la promozione e valorizzazione del territorio e delle eccellenze di Lucca, dai monti della Garfagnana, scendendo per la Valle del Serchio fino alla Piana di Lucca per arrivare al mare della Versilia.

The Lands of Giacomo Puccini è un progetto che la Camera di Commercio di Lucca, in collaborazione con Lucca Promos e con il sostegno della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca, ha lanciato nel 2015. Il brand in continua evoluzione e crescita ha alimentato la visibilità e l’immagine di Lucca e dell’intero territorio provinciale anche in momenti difficili, quali quelli che abbiamo vissuto negli ultimi anni.

“The Lands of Giacomo Puccini ha promosso e contemporaneamente consolidato – ha dichiarato **Giorgio Bartoli**, Commissario straordinario della Camera di commercio di Lucca – il concetto di territorialità con l’unicità di un brand distintivo del nostro territorio dai monti al mare, passando dalle colline e alla piana, con i borghi, le città e tutta l’offerta paesaggistica, ma anche di eventi realizzati con sempre maggior professionalità che contribuiscono ad attirare l’attenzione di visitatori, ma non solo e di conseguenza alla crescita e allo sviluppo da un punto di vista turistico, sociale e più in generale economico.”

“Un brand – continua il Commissario Bartoli – che è diventato anche strumento di interlocuzione e sostegno ai principali festival del territorio, che ha potuto godere dei contenuti offerti dei consorzi delle guide turistiche, che intreccia la promozione nazionale ed internazionale dei comparti produttivi. Intorno a The Lands of Giacomo Puccini si è costituta una rete di relazioni da coltivare e corroborare.”

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 reindirizzamento 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 collaborazione con oltre 50 eventi del territorio.

“Come Lucca Promos siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti – ha specificato **Rodolfo Pasquini**, Amministratore Unico di Lucca Promos. Ogni due anni circa, abbiamo adeguato l’immagine del brand ai cambiamenti imposti dal contesto sociale e dalla comunicazione. Il digitale sta assumendo importanza crescente. Ringrazio tutti i comunicatori che ci hanno seguito e accompagnato in questo cammino. Lo scopo è quello di continuare in una strategia di accompagnamento alla promozione del territorio, da un lato unitaria e dall’altra capace di valorizzarne i caratteri distintivi e la diversità delle possibili esperienze. Operiamo con una campagna ad “ombrello” per tutto il territorio e ricerchiamo con convinzione le sinergia con gli ambiti territoriali della provincia: Versilia, Garfagnana e Lucca.”

La programmazione del 2022 è partita implementando la campagna digitale sia attraverso il portale web puccinilands.it, sia per tramite dei canali social. Blogger e influencer saranno attivati per raccontare le innumerevoli esperienze possibili sul nostro territorio. La nuova campagna cartacea partirà dall’autunno 2022 per lanciare la stagione turistica 2023. A luglio una nuova e più grande postazione vedrà The Lands campeggiare nell’area arrivi dell’Aeroporto.

“La Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca – conclude il Vice Presidente **Raffaele Domenici** – ha sostenuto la nascita della campagna in una fase in cui lo stesso concetto di promozione sembrava allontanarsi dai territori. Su invito delle categorie economiche ci facemmo volentieri carico del sostegno alla promozione e al marketing della provincia di Lucca. Oggi ne seguiamo gli sviluppi con attenzione apprezzandone la strategia e la programmazione con un occhio orientato al rapporto che potrebbe sussistere tra promozione del territorio e le prossime celebrazioni pucciniane.”

 La nuova immagine realizzata da Submarine, hub della comunicazione promosso da Lindbergh, che coinvolge una squadra di professionalità esperte ed eterogenee per lo sviluppo creativo ed esecutivo delle attività di comunicazione tradizionale e digitale.

|  |  |
| --- | --- |
| **Ufficio Stampa – Relazioni Esterne**Francesca Sargenti​Iscr. Ordine pubblicisti Regione Toscana​ n. 176178Tel. +39 0583 976.686 - cell. +39 329 3606494  |  |