

THE ART OF RACING

LUCCA

OCTOBER 31ST - NOVEMBER 4TH 2018

BILANCIO SOCIALE e rendiconto culturale 2018



Luccacrea

SOMMARIO

IL SALUTO	4	3. LA PROGRAMMAZIONE	50
LUCCA CREA: "IL GIORNO UNO"	5	3.1. IL POLO FIERE	50
1. I PROGETTI	8	3.1.1. INTRODUZIONE	50
1.1. LUCCA EXPO COMICS MUSEUM E PROIEZIONE INTERNAZIONALE	8	3.1.2. MIGLIORIE ED INVESTIMENTI	51
1.2. ATTIVITA' EDUCATIVE	8	3.1.3. EVENTI REALIZZATI AL POLO FIERE DI LUCCA NEL 2018	52
1.3. PROGETTI SPECIALI	12	3.2. LUCCA COMICS & GAMES 2018	55
1.4. L'IMPATTO SULLA CITTA': SICUREZZA E MOBILITA' SOSTENIBILE	14	3.2.2. FORMAT E PRODUZIONI	60
1.5. LA METODOLOGIA AMMINISTRATIVA	15	3.2.2.A. ALCUNI DEGLI EVENTI IDENTITARI DELL'EDIZIONE 2018	60
2. I TRAGUARDI TECNICO ECONOMICI	18	3.2.2.B. I FORMAT	65
2.1. L'EVOLUZIONE ESPOSITIVA DI LUCCA COMICS & GAMES	18	3.2.3. AUTORI E PROGETTI	72
2.1.1. ANALISI ECONOMICO-PLANIMETRICA	21	3.2.4. LE AREE TEMATICHE	76
2.1.1.A. UNO SGUARDO SULL'AREA COMICS	21	3.2.5. PREMI E CONCORSI	79
2.1.1.B. UNO SGUARDO SULL'AREA GAMES & LUK FOR FANTASY	21	3.2.5.A. PREMI	79
2.1.1.C. UNO SGUARDO SULL'AREA VIDEOGAMES	22	3.2.5.B. CONCORSI E TALENT SCOUTING	81
2.1.1.D. UNO SGUARDO SULL'AREA THE CITADEL & MURA URBANE	23	3.2.6. LE MOSTRE	85
2.1.1.E. UNO SGUARDO SULL'AREA JUNIOR	23	3.2.7. LE CELEBRAZIONI DEL 4 NOVEMBRE	90
2.1.1.F. UNO SGUARDO SULLA JAPAN TOWN	23	4. LA COMUNICAZIONE	93
2.1.1.G. UNO SGUARDO SULL'AREA MOVIE	24	4.1. COMUNICAZIONE DIGITALE	93
2.1.2. I PROGETTI SPECIALI E NON CONVENZIONALI	24	4.1.1. LUCCA COMICS & GAMES: SU TWITCH IL PRIMO FESTIVAL INTERAMENTE IN DIRETTA STREAMING	93
2.1.3. NUMERI E SPAZI	24	4.1.2. SITO WEB "LUCCA COMICS & GAMES"	96
2.1.3.A. TOP INVESTOR	25	4.1.3. NEWSLETTER	98
2.1.4. IL RAPPORTO CON LE AGENZIE E GLI OUTSOURCING	26	4.1.4. CANALI SOCIAL	99
2.1.5. GLI SPONSOR	27	4.1.5. APP	101
2.2. IDEAZIONE, PROGETTAZIONE E MESSA IN OPERA	28	4.1.6. TECNOLOGIA	102
2.2.1. IDEAZIONE E PROGETTAZIONE	28	4.2. DOCUMENTAZIONE VISIVA	105
2.2.2. REALIZZAZIONE	30	4.2.1. DOCUMENTAZIONE AUDIOVIDEO	105
2.2.3. LA LOGISTICA DEL FESTIVAL	31	4.2.2. DOCUMENTAZIONE FOTOGRAFICA E ARCHIVIO FLICKR	109
2.2.4. ALLESTIMENTI AUDIO-VIDEO	35	4.2.3. GRAFICA E ART DIRECTION	110
2.3. SVILUPPO GRAFICO E IMMAGINE CORPORATE	38	4.3. STAMPA	111
2.3.1. L'IMMAGINE CORPORATE	38	4.3.1. UFFICI STAMPA	111
2.3.2. IL MANIFESTO DAGLI INFINITI MULTIPLI E IL CLAIM DELL'EDIZIONE 2018	39	4.3.2. GESTIONE DELL'AREA STAMPA	115
2.3.3. MATERIALI B2B	40	4.3.3. PRESS CAFÉ	115
2.3.4. MATERIALI B2C	41	4.4. PROGRAM BOOK	116
2.3.5. PROGETTI IN PARTNERSHIP	42	4.5. EVENTI STAMPA / COMUNICAZIONE	116
2.3.6. REALIZZAZIONE DEL FESTIVAL 2018	43	4.5.1. CASE HISTORY: IL SALONE DEL LIBRO DI TORINO	117
2.3.7. GLI SPONSOR	46	5. LA RESPONSABILITÀ SOCIALE	120
2.3.8. SUPPORTO AGLI ESPOSITORI E AI PARTNER	46	5.1. LUCCA COMICS & GAMES È ZERO WASTE	120
2.3.9. RECUPERO E RICONSEGNA	47	5.2. LUCCA CREA NELLE SCUOLE DEL TERRITORIO	121
2.3.10. ALTRI PROGETTI 2018	47	5.3. I PROGETTI CON I.E.D. FIRENZE	121
		CREDITS	122



LN

L'ingresso alle mostre di Palazzo Ducale, la personale di LRNZ nella prima sala

R
Z



IL SALUTO

Questo documento ambisce da ormai sette anni a essere la sintesi del lavoro di un gruppo ampio e non comune di persone, che per dodici mesi all'anno dedicano all'azienda Lucca Crea non soltanto le ore e l'impegno dovuti, ma anche e soprattutto ulteriori ore e ulteriore impegno.

I benefici frutti di questa dedizione sono da qualche anno sotto gli occhi di tutta la comunità lucchese. Le ricadute sono infatti importanti e vitali a vari livelli: culturale, perché l'offerta di eventi, mostre e contenuti che Lucca Crea propone è di rara imponenza su scala nazionale; economico, perché le attività hanno un impatto indiscutibile su gran parte dei settori dell'economia del territorio (non soltanto cittadino, ma anche provinciale e regionale); sociale, perché la community legata alle attività realizzate entra in contatto con la comunità locale e si attua un positivo scambio di esperienze e di valori.

Non è un caso se una manifestazione come Lucca Comics & Games è diventata un modello organizzativo studiato e adottato - il più delle volte su scala minore - da molti eventi in Italia e nel mondo. È tuttavia anche diventata un modello culturale, che propone cioè una attitudine positiva e aggregativa coinvolgendo numerosi settori merceologici.

Il Bilancio Sociale 2018 di Lucca Crea tenta di rappresentare nelle pagine che seguono queste linee guida e di dare conto alla collettività e alle istituzioni pubbliche - alle quali in ultima analisi risponde e dalle quali trae ispirazione - di quanto quel gruppo ampio e non comune di cui si diceva all'inizio possa realizzare con le proprie forze, senza pesare sulle risorse pubbliche ma anzi generandone di nuove, in un circolo virtuoso che è interesse della collettività stessa preservare e potenziare nei giorni avvenire.

Il Presidente

Mario Pardini



Lo stand di Lucca Comics & Games al Salone del Libro di Torino, 2018

LUCCA CREA: “IL GIORNO UNO”

Il segreto del successo di un'azienda è sempre nelle persone. Certo, le congiunture economiche ed eventi non previsti o casuali possono incidere in profondità sul consuntivo finale di un anno. Ma la forza di una società risiede nei suoi dipendenti e nei suoi collaboratori. Questo è l'asset principale di Lucca Crea: un network di uomini e di donne, di generazioni e di formazione differenti e variegata, sparse in tutta Italia e anche oltre, che ogni anno ripartono a ideare, progettare, eseguire e verificare una complessa serie di attività al solo scopo di portare beneficio al pubblico e alla collettività. Senza confidare o specchiarsi nei risultati già raggiunti, ma imponendosene sempre di nuovi e più ambiziosi.

Per chi scrive, il 2018 è stato un anno entusiasmante e ricco, perché si è ripreso un percorso di cambiamento e adattamento delle modalità di lavoro già intrapreso nel 2017. Al ripensamento degli ambienti interni degli uffici societari, è seguito un lavoro della strutturazione dei team e dei loro processi, tramite il riposizionamento di alcune funzioni e il consolidamento del network operativo.

Vitale è stata la collaborazione con le istituzioni cittadine, in primis ovviamente l'Amministrazione Comunale, ma anche le forze economiche e gli enti culturali e sociali. Per un'azienda a partecipazione pubblica, è peculiare poter contare su un tessuto locale vivo e attento, che guarda al bene pubblico (e con questa dicitura includiamo anche gli aspetti culturali ed economici). Le sfide che la natura dell'azienda porta con sé sono importanti e impattanti, sia sulla quotidianità del lavoro, sia sulle possibilità di progettazione, pianificazione economica e investimento a lungo termine.

Una realtà come Lucca Crea, che produce “cultura e relazioni” su scala internazionale e a una profondità e a una dimensione difficilmente eguagliabili in Europa nell'ambito pubblico, ha per sua natura necessità e tensione verso sinergie con enti, istituzioni e avvenimenti del territorio regionale ma anche nazionale e internazionale (citiamo su tutti la collaborazione con il **Salone del Libro di Torino**, cui nel 2018 abbiamo contribuito con una serie di attività e una presenza apprezzata dagli organizzatori e dai rappresentanti politici locali). La sfida che il futuro ci propone è restare sempre un modello di riferimento, un portatore di contenuti allettanti, innovativi, educativi e sostenibili - anche in questo caso senza guardare ai traguardi ottenuti ma immaginando e tentando di influenzare il panorama culturale che ci sta davanti. Basti pensare che Lucca Comics & Games 2018 è stato il primo festival italiano interamente trasmesso in diretta streaming sulla piattaforma **Twitch.tv**; inoltre la rinnovata app per smartphone ha portato la fruizione della manifestazione a un nuovo livello di innovazione e di avanguardia.

La partecipazione al Salone del Libro è stata anche un momento riuscito per consolidare non solo l'immagine della manifestazione, ma anche della città di Lucca (al centro dello stand ha campeggiato la riproduzione dell'iconica Torre Guinigi). La città stessa è ormai completamente svincolata dal ruolo di sfondo della manifestazione, per ricoprire quello di protagonista attiva e fonte di ispirazione per gli artisti e i grandi brand (il poster speciale dedicato dalla **Ferrari** all'immaginario “Gran Premio di Lucca”; i due originali prodotti per la sua mostra personale da **Leiji Matsumoto**, che riproducevano i suoi più celebri personaggi di fronte alla facciata di San Michele; il numero speciale di “Dampyr” che **Sergio Bonelli Editore** ha dedicato a Lucca e agli autori fantasy che a Lucca sono da sempre protagonisti; il duomo di San Martino popolato dai Giak di **Lupo Solitario** nella nuova versione della Saga in realtà aumentata).

Se la risorsa principale dell'azienda è il proprio capitale umano, i valori che ci ispirano restano la guida che informa tutta l'attività nei 365 giorni dell'anno: l'attenzione spasmodica per la **community**, ovvero

per il pubblico e tutti i beneficiari delle nostre proposte (prima fra tutte ovviamente Lucca Comics & Games); la ricerca costante dell'**inclusione** di tutte le discipline della cultura popolare, dei linguaggi dell'intrattenimento e delle forme d'arte, nel segno della libertà d'espressione; la pulsione continua verso la **scoperta**, di nuovi autori, di nuovi protagonisti, di nuove storie da raccontare alle generazioni presenti e future; il **rispetto** per un contesto storico e monumentale unico al mondo quale è quello di Lucca e della Toscana; la **gratitudine** per chi porta il proprio lavoro, il proprio entusiasmo, la propria fantasia, la propria arte, la propria passione e la mette a disposizione di tutti, nessuno escluso. Questo è il segreto del successo di Lucca Crea, che abbiamo tentato di analizzare e mettere a disposizione di tutti nelle pagine che seguono: saper interpretare ognuno dei 365 giorni dell'anno secondo questi valori, saper affrontare ogni mattina avendo ben chiare le proprie competenze e la propria storia, ma riuscendo con umiltà e coraggio a raccogliere le nuove sfide, ogni giorno come se fosse sempre il "giorno uno".

Il Direttore Generale

Emanuele Vietina



La Serata di Gala, da destra: Leiji Matsumoto, Neal Adams e José Muñoz

“Cammino per le strade, nei palazzi, nelle sale da concerto, e sono tutte Il Festival: centinaia di migliaia di persone, e tutte si divertono, è una comunità, questa è una grande comunità. Non solo per gli appassionati di fumetti, è per tutti. Il Festival è fantastico e di valore doppio, sono totalmente felice: non mi sono mai divertito così tanto nella mia vita in una convention.”

Neal Adams
autore e produttore



Il gioco educativo incentrato sul risparmio idrico Blutube, una partita in classe con il Sindaco di Lucca, Alessandro Tambellini, e l'assessore comunale all'ambiente, Francesco Raspini

1. I PROGETTI

1.1. LUCCA EXPO COMICS MUSEUM E PROIEZIONE INTERNAZIONALE

Sul fronte del Museo del Fumetto, il 2018 è stato caratterizzato dall'archiviazione del materiale ereditato dalla precedente gestione, un lavoro lungo e impegnativo che troverà conclusione a inizio 2019. Da ricondurre a un'attività museale ampiamente intesa anche la proiezione internazionale di Lucca Crea per promuovere all'estero il fumetto italiano, che si è concretizzata in un articolato progetto in collaborazione con l'Istituto Italiano di Cultura di Bruxelles, apice di un rapporto che prosegue da ormai da quattro anni. La collaborazione si è concretizzata nella partecipazione alla Fête de la BD in rappresentanza dell'Italia e nella realizzazione di una mostra dedicata a tre maestri del fumetto italiano contemporaneo: **Vittorio Giardino, Franco Matticchio, Tuono Pettinato**. La mostra si propone come obiettivo strategico un'ampia circuitazione a livello europeo, e, dopo la tappa iniziale a Bruxelles, nel 2019 sarà esposta in altri Istituti Italiani di Cultura in Europa, fra cui Parigi, Amsterdam, Monaco, Varsavia.

EXPO comics museum



1.2. ATTIVITA' EDUCATIVE

BluTube – Chi Porta l'Acqua a Casa

Dopo la positiva esperienza del triennio 2015-2017 con "Scarty", è stato attivato nel 2018 un nuovo progetto educativo con GEAL, dedicato all'uso consapevole delle risorse idriche. L'esperienza è partita dallo sviluppo e dalla produzione di un gioco da tavolo realizzato con la collaborazione dell'editore **Red Glove**. Nel processo di sviluppo del gioco, iniziato già nel 2017, sono stati coinvolti come playtester i volontari della Ludolega Lucchese ed una classe della scuola "D. Chelini". Il gioco, personalizzato sulla città di Lucca e incentrato sulla gestione idrica del territorio e sulle pratiche che la rendono più o meno efficace, è stato divulgato in 38 classi terze e quarte elementari nel mese di marzo 2018 dai ludo-educatori della **Ludolega Lucchese**. Ogni alunno ha ricevuto una copia del gioco da portare a casa; sono state inoltre realizzati magliette, brochure, mappe, locandine, banner e un sito web dedicato al progetto. Gli alunni e le famiglie sono stati poi coinvolti nei mesi successivi in un grande torneo cittadino, stimolando una sana competizione che è passata attraverso il gioco ma anche attraverso una vera e propria "gamification" del territorio. È infatti stata prodotta una mappa di 26 "luoghi dell'acqua" lucchesi (fontane, tempietti, acquedotti, depuratori,

sorgenti) che facevano guadagnare punti, tramite un QR code, ogni volta che i bambini che vi si recavano in visita. Inoltre, i bambini sono stati invitati a diventare “Blu Tuber”, reporter a difesa dell’acqua producendo clip in cui promuovere alcuni comportamenti ecosostenibili.

Il riscontro in termini di disseminazione ed attivazione delle famiglie è stato ottimo: a maggio 2018, dopo soli tre mesi di attività, erano ben **6.668 le partite giocate, 147 i video realizzati e 663 le visite ai Luoghi dell’Acqua** effettuate degli alunni. Il quotidiano “Il Tirreno” ha inoltre coperto l’intero progetto, dedicando una uscita settimanale alle classifiche e alle foto degli alunni.



L’attività si è conclusa con quattro momenti pubblici: gli imperdibili “Torneoni” che hanno coinvolto più di 200 ragazzi decretando le tre classi finaliste che si sono sfidate a Lucca Comics & Games per conquistare la coppa e il titolo di Campione di Blu Tube 2018 e la gita messa in palio per la classe vincitrice. L’esperienza dimostra ancora una volta l’efficacia dell’approccio ludico nell’apprendimento operativo delle buone pratiche: il progetto sarà replicato ed ampliato nel 2019.

A Caccia di Storie

Lucca Crea ha sviluppato, in collaborazione con la **Fondazione Nazionale Carlo Collodi** e con l’agenzia letteraria Book on a Tree un progetto di talent scouting per la selezione e formazione di autori di narrativa per ragazzi. L’obiettivo è quello di scoprire giovani talenti e avviarli alla pubblicazione, con il fondamentale supporto della nota casa editrice Piemme. Tramite un bando pubblico, sono stati selezionati 10 giovani scrittori che hanno partecipato nel mese di marzo a una settimana di formazione intensiva, incentrata sulla ricerca e costruzione di buone storie per ragazzi. I partecipanti hanno ricevuto strumenti e indicazioni concrete per sviluppare la loro storia e appreso le nozioni di base su editing, vendita dei diritti, pitch e presentazione, grafica, illustrazioni e copertine. Il seminario si è svolto a Collodi, borgo natale dell’autore di **“Pinocchio”**: fra i docenti alcuni dei più importanti autori per ragazzi italiani, dagli



editori delle case editrici e dagli agenti (editoriali e/o cinematografici) che ne vendono i diritti sui mercati. Il progetto si è concluso con la selezione del romanzo della giovane **Carlotta Cubeddu**, che sarà pubblicato prossimamente nella collana “**Il Battello a Vapore**”. Oltre alla vincitrice, la maggioranza dei partecipanti ha avviato collaborazioni a vario titolo nel campo dell’editoria per ragazzi, segnando il successo dell’iniziativa che sarà ripetuta con il sostegno della SIAE, tramite il bando “S’Illumina”, nel 2019.

Progetto Giovani Lettori

Lucca Crea ha costruito negli anni una proficua collaborazione con gli istituti scolastici lucchesi, che partecipano attivamente alle attività della manifestazione ma sono anche coinvolti in progetti culturali che abbracciano l’intero anno scolastico e che sono mirati alla diffusione della cultura del fumetto, del gioco, del cinema d’animazione e della narrativa fantastica per ragazzi. Quest’anno il programma di attività dedicato alle scuole di Lucca Crea si è arricchito di un progetto di invito alla lettura dedicato alla fascia 6-10 anni. Nei mesi di settembre ed ottobre, infatti, alcune classi hanno potuto accedere in anteprima ad alcuni dei migliori contenuti editoriali per ragazzi, selezionati dallo staff culturale della manifestazione. Grazie al contributo della **Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca**, sono stati distribuiti gratuitamente oltre 650 libri in 20 classi, che poi sono state protagoniste di alcuni degli incontri con gli autori e di alcune attività realizzate appositamente per loro durante il Festival. Fra gli autori coinvolti **Victoria Jamieson**, autrice best-seller di graphic novel per l’adolescenza, Davide Morosinotto, autore Premio Andersen fra i più tradotti all’estero, Daniele Nicastro, conosciuto autore per l’infanzia ma anche Alessandro Gatti, del cui libro “Che Paura”, Lucca Comics & Games ha sviluppato un adattamento teatrale. I ragazzi hanno quindi potuto incontrare durante la manifestazione gli autori e i disegnatori dei libri che avevano ricevuto: un momento di cruciale importanza per capire come nascono le storie, stimolare la passione per la lettura e, perché no, la crescita di una nuova generazione di autori.

Progetto Scienza con Adrian Fartade

Il 2018 ha visto anche l’attivazione del primo ciclo di laboratori scientifici per la scuola media con l’attore e divulgatore scientifico Adrian Fartade, creatore del progetto Link2Universe e del canale **Link4Universe** che conta quasi 150.000 iscritti. Adrian è stato ospite di 6 classi per introdurre i ragazzi all’astrofisica: con lui gli studenti hanno potuto fare un viaggio alla scoperta dei posti più straordinari ed entusiasmanti del sistema solare e hanno immaginato e creato il loro pianeta, prendendo spunto dalle caratteristiche dei pianeti già esistenti. Il percorso si è concluso a Lucca Comics & Games, dove i ragazzi hanno assistito agli spettacoli scientifici portati in scena da Adrian Fartade nel teatro di **Lucca Junior**.



Graphic Journalism

Per le scuole superiori è stata realizzata una esperienza approfondita dedicata ad un gruppo selezionato di ragazzi: un laboratorio sul graphic journalism con Marco Rizzo - giornalista e autore - e Lelio Bonaccorso - disegnatore di fama internazionale. Durante il percorso i ragazzi hanno scoperto questo nuovo modo di fare informazione e gli esempi più rappresentativi di questa corrente tra cui "Salvezza", l'ultimo lavoro di **Rizzo e Bonaccorso**, scritto dopo tre settimane passate sulla nave Aquarius di SOS Mediteranee e Medici senza Frontiere. Dopo l'incontro in classe, i ragazzi sono stati invitati a Lucca Comics & Games in veste di moderatori ed intervistatori dei due autori, durante lo showcase dedicato proprio a "Salvezza".



1.3. PROGETTI SPECIALI

Il team progetti speciali ha lavorato cercando di allineare le componenti aziendali e facilitare la circolazione di informazioni corrette al fine di:

- creare una consapevolezza diffusa riguardo l'utilità di partecipare a progettualità afferenti a linee di finanziamenti europei e nazionali, al fine di sensibilizzare tutti gli attori presenti a considerare in modo "speculativo" le azioni di monitoraggio eseguite dai consulenti.
- ottimizzare eventuali risorse ottenute a favore di attività già svolte o creare un revenue economico diretto e produrre, ove già coinvolti in progettualità "in itinere", la maggiore economia di scala possibile a favore dell'azienda.
- sviluppare un progetto di formazione continua intra-aziendale, volto a migliorare le condizioni di lavoro favorendo ai dipendenti un costante servizio di aggiornamento nell'uso dei principali strumenti informatici, nello studio delle lingue straniere e nelle attività di project management necessarie alla crescita personale ed aziendale.

Attività svolte su progetti afferenti a finanziamenti europei

Progetto "C.O.M.I.K.S. Catching Opportunities in entertainMent Improving the Knoweldge of the Sector"

- Attività 2018: chiusura e rendicontazione
- Il soggetto capofila e responsabile di progetto è stata la Comunità Montana della Garfagnana
- Progetto vinto e svolto nel 2017
- Ruolo di Lucca Crea: produzione di contenuti ed animazione culturale

Nel 2018 è stata svolta una costante ed intensa azione di revenue sulle cifre messe a budget dal capofila di progetto ed assegnate a Lucca Crea Srl, che ha permesso di ottimizzare le risorse a disposizione ottenendo, a costo zero, a favore del marchio "Lucca Comics & Games" un apprezzabile risultato in termini di visibilità internazionale, disseminazione culturale e brand reputation. A Lucca Comics & Games 2018 il progetto si è concluso definitivamente, con la presentazione del volume finale.

In questo ambito, Lucca Crea Srl ha anche partecipato a progetti che non sono stati finanziati:



Progetto "Y.E.W.W.V. Young Europeans for a World Without Violence"

Il soggetto capofila era la Comunità di S. Egidio. L'obiettivo del bando era lo sviluppo di una consapevolezza dei rischi delle recrudescenze fasciste ed antisemite nella società odierna, la creazione di una mentalità favorevole all'inclusione ed alla condivisione. Il ruolo di Lucca Crea sarebbe stato di contractor e produttore di contenuti.

Progetto “M.U.L.T.I.M.E.D.I.A. “Multidisciplinary University Learning Tools Melting Exhibitions Dynamics In Arts”

Il soggetto capofila era l'Università di Perugia tramite la Fondazione Montesca. L'obiettivo del bando era creare competenze per i giovani europei, strutturando una sorta di Master in “Visual Exhibition Management”. Arte visuale ed industria creativa a confronto, per formare una figura professionale di Manager per Mostre Espositive Artistiche. Il progetto non è stato finanziato ma si è qualificato 4°, con l'ammissione al finanziamento dei primi tre, quindi potrebbe essere ripresentato nell'anno entrante con buone possibilità di successo. Il ruolo Lucca Crea era di partner di progetto e fornitore di figure professionali di riferimento.

Attività svolte su progetti afferenti a finanziamenti nazionali**Progetto “L'ora di lezione non basta” (presentato tramite Associazione Senza Zaino)**

Il soggetto capofila e responsabile è l'**Associazione Senza Zaino**. Il progetto ha dimensione nazionale. L'obiettivo del bando è la promozione del benessere e della crescita armonica dei minori, in particolare di quelli a rischio o in situazione di vulnerabilità (di tipo economico, sociale, culturale), o che vivono in aree e territori particolarmente svantaggiati, garantendo efficaci opportunità educative, sviluppando e rafforzando l'alleanza, le competenze, il lavoro e la capacità di innovazione dei soggetti che si assumono la responsabilità educativa (“comunità educante”) e prevenendo precocemente varie forme di disagio (dalla dispersione e abbandono scolastico, al bullismo e altri fenomeni di disagio giovanile).

- Progetto finanziato (si svolgerà nel 2019)
- Ruolo Lucca Crea: partner di progetto, fornitore di expertise e servizi

È stata per ora svolta azione di consulenza progettuale e partecipazione attiva alle riunioni di partenariato.

Progetto “Ariosto e la Rocca, un cantiere aperto” (Comune Castelnuovo Garfagnana)

A seguito dei due progetti sviluppati a Castelnuovo e a Porcari sulla tematica dell' “L'Orlando Curioso”, nonché dello sviluppo a tema Ariosto del progetto C.O.M.I.K.S., siamo stati sollecitati dal Comune di Castelnuovo, a partecipare, in qualità di partner progettuali, ad un tavolo di partenariato, dove apportare expertise, produrre contenuti, fare azione di animazione culturale. Partecipazione e ruolo di Lucca Crea ancora in discussione.

Attività svolta su progetti afferenti a finanziamenti nazionali da parte di Fondi Paritetici Interprofessionali per la Formazione Continua

È stato portato a termine già nel 2017 un accordo quadro tra la Società Lucca Crea Srl e La Società Centro Studi Enti Locali Srl, riconosciuta quale Agenzia Formativa dalla Regione Toscana, al fine primario di creare e sviluppare un piano di formazione continua intra-aziendale a favore dei dipendenti, sostenuto economicamente, nella sua totalità, dall'adesione di Lucca Crea Srl a Fonservizi e dall'ottenimento di finanziamenti a fondo perduto, su presentazione di progetti tarati “ad hoc”.

Progetto “FOR.LUC. Lucca Crea in Formazione”

L'obiettivo è il miglioramento dell'uso del sistema informatico Excel, al fine di poter lavorare all'interno

dell'azienda su piattaforme di interscambio ed uso comune. Proposti due moduli, uno base ed uno avanzato, per un totale di 60 ore di formazione. Il progetto è stato finanziato e svolto regolarmente.

Progetto “De.Lu.C. Development Skills in Lucca Crea”

L'obiettivo è il miglioramento delle capacità individuali di comprensione e di interrelazione in lingua Inglese. Proposti due corsi, rispettivamente con metodica “Working in English Group” e “ Working in English one to one”, per un totale di 116 ore di formazione. Il progetto è stato finanziato e si svolgerà nel primo semestre del 2019.

1.4. L'IMPATTO SULLA CITTA': SICUREZZA E MOBILITA' SOSTENIBILE

Rendere sostenibile l'impatto di Lucca Comics & Games per la città di Lucca continua a essere fra gli obiettivi principali di Lucca Crea. L'obiettivo è ampio e riguarda tutti gli ambiti della manifestazione, ma si sceglie qui di focalizzarci sui temi della sicurezza e della mobilità sostenibile.

Sicurezza della manifestazione ai sensi del “Testo Unico delle Leggi di Pubblica Sicurezza” e successive modifiche ed integrazioni

Le difficoltà congiunturali legate alle circolari ministeriali emanate dal Legislatore successivamente alla tragedia di Piazza San Carlo a Torino sono state, nel complesso, ben affrontate. Dette difficoltà, più che il progressivo crescere della manifestazione, hanno reso più articolato, se non difficile, il regolare ottenimento della Licenza di Polizia Amministrativa da parte del Comune, previa espressione del parere favorevole della Commissione Provinciale di Vigilanza. Si registra una buona collaborazione con tutti gli enti di controllo.

La sala operativa, allestita specularmente all'edizione 2017 presso la sua sede naturale del **Centro Operativo Comunale di Protezione Civile**, ha ben funzionato e molteplici sono state le situazioni gestite e risolte in tempo reale dalle varie componenti (smarrimento di bambini, recepimento di informazioni circa la densità di affollamento fuori e dentro i padiglioni e trasmissione di input conseguenti, infortuni / malori e rapida attivazione dei soccorsi, etc.).

Mobilità sostenibile

L'arrivo del pubblico a Lucca è uno degli aspetti più critici per la buona riuscita della manifestazione, non solo dal punto di vista logistico. Lo sforzo per coordinare l'afflusso, il parcheggio degli automezzi e il deflusso del pubblico è stato dispiegato su molti fronti:

- In accordo con Lucca Crea le **Ferrovie Italiane** hanno predisposto quattro/sei treni speciali per favorire l'afflusso del pubblico su rotaia piuttosto che su gomma, sono inoltre stati allungati i treni normalmente previsti per aumentare la capienza ma anche diminuire la presenza sui marciapiedi e quindi aumentare la sicurezza delle salite e discese dei visitatori
- Lucca Crea ha promosso i servizi previsti da **Metro** per la prenotazione e gestione dei parcheggi con il risultato della completa occupazione degli spazi destinati e la sostanziale riduzione del fenomeno del parcheggio in zone non autorizzate
- Lucca Crea ha predisposto convenzioni con due ditte per viaggi in pullman “gran turismo” da tutta Italia.

Il servizio “Salta sullo shuttle” ha collegato Lucca con Firenze, fornendo agli acquirenti anche il biglietto per la manifestazione, senza necessità di passare dalle biglietterie.

1.5. LA METODOLOGIA AMMINISTRATIVA

Compliance

È stato rivisto il sito aziendale specificatamente nella sezione relativa alla trasparenza, così come da normativa vigente. In particolare, in questa prima fase, sono state aggiornate le sezioni fondamentali, con la pubblicazione dei principali documenti quali, a titolo di esempio: il PTPCT, la dotazione organica, la relazione sulla prevenzione della corruzione e il registro degli accessi. È stato nominato il RASA e attivata la piattaforma **whistleblowing**. In parallelo è stato rinnovato il servizio della **Gazzetta Amministrativa** e semplificata la relativa sezione della home page del sito aziendale. Sono stati aggiornati i documenti relativi alle principali sezioni del sito “trasparenza”. Il lavoro continuerà con l’aggiornamento delle sezioni “minori” e, più nel dettaglio, delle altre sezioni, a seguito di una prima revisione da parte del consulente.

Aggiornamenti normativi

La continua evoluzione della normativa sugli appalti ha comportato per la segreteria della Società, ed in generale per tutta la struttura, la necessità di adeguarsi ed aggiornarsi costantemente circa gli aggiornamenti introdotti volta volta dal Legislatore, da gennaio a dicembre il Consiglio dell’ANAC ha infatti deliberato 1186 volte intervenendo e modificando gli atti, si riportano per ovvia brevità le decisioni più rilevanti per la Società:

Modifiche alle linee guida:

- Delibera n.138 del 21 febbraio 2018 relativa ad una modifica sulla linea guida n.1 “Affidamento servizi attinenti all’architettura e all’ingegneria”;
- Delibera n.424 del 2 maggio 2018 relativa ad una modifica sulla linea guida n.2 “Offerta economicamente più vantaggiosa”;
- Delibera n.206 del 1 marzo 2018 relativa ad una modifica sulla linea guida n.4 “Procedure per l’affidamento dei contratti pubblici di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, indagini di mercato e formazione e gestione degli elenchi di operatori economici”;
- Delibera n.4 del 10 gennaio 2018 relativa ad una modifica sulla linea guida n.5 “Criteri di scelta dei commissari di gara e iscrizione degli esperti nell’Albo nazionale dei componenti delle commissioni giudicatrici”;
- Introduzione da marzo ad ottobre di ulteriori n.4 linee guida disciplinati vari settori.

Oltre agli interventi dell’Anac in data 30 maggio 2018 è entrato in vigore il DM 49/2018 recante: “Approvazione delle linee guida sulle modalità di svolgimento delle funzioni del direttore dei lavori e del direttore dell’esecuzione”; nel caso specifico è stata aggiornata tutta la modulistica per la gestione dei servizi predisponendo ed standardizzando i modelli cartacei in dotazione ai vari **direttori di servizio e/o direttori dei lavori**. In ultimo, a far data dal 18 ottobre 2018, con l’introduzione del DGUE elettronico (Documento di Gara Unico Europeo) è stata adeguata anche tutta la documentazione di gara al formato elettronico in modo da essere operativi, appena esecutiva, con la piattaforma della Regione Toscana START.

Metodologie introdotte

In linea generale l'annualità 2018 è stata caratterizzata da una più puntuale organizzazione e programmazione del lavoro, a partire dalla redazione del cronoprogramma delle gare condiviso già dal mese di febbraio e costantemente aggiornato e dalla predisposizione di atti amministrativi del tipo modello, costantemente aggiornati con la norma, da utilizzare in relazione alle procedure da adottare.

Atti amministrativi

Ai soli fini statistici si riportano alcuni dati circa le determinazioni redatte dall'ufficio segreteria nel corso dell'anno. Totale determinazioni redatte n° 202 così suddivise:

N. determinazioni a contrarre periodo 1 gennaio – 31 marzo: 2
N. determinazioni a contrarre periodo 31 marzo – 30 giugno: 8
N. determinazioni a contrarre periodo 1 luglio – 30 settembre: 0
N. determinazioni a contrarre periodo 1 ottobre – 31 dicembre: 0

N. determinazioni di affidamento periodo 1 gennaio – 31 marzo: 25
N. determinazioni di affidamento periodo 31 marzo – 30 giugno: 19
N. determinazioni di affidamento periodo 1 luglio – 30 settembre: 40
N. determinazioni di affidamento periodo 1 ottobre – 31 dicembre: 49

Totale:

N. determinazioni periodo 1 gennaio – 31 marzo: 38
N. determinazioni periodo 31 marzo – 30 giugno: 25
N. determinazioni periodo 1 luglio – 30 settembre: 42
N. determinazioni periodo 1 ottobre – 31 dicembre: 97
Altre determine dal 1 gennaio al 31 dicembre 49

Polizze

Anche per l'annualità 2018 particolare attenzione è stata prestata alle polizze assicurative garantendo la presenza per ogni contratto, oltre che delle polizze di legge, anche di polizze integrative a copertura dei danni derivanti da lucro cessante e/o danno emergente. Ciò ha comportato una notevole riduzione dei danni derivanti da furto che spesso venivano addebitati alla società.



Funko

EDIZIONE LIMITATA

LUCCA COMICS

& GAMES 2018

LUCCA
COMICS AND GAMES
2018
LIMITED EDITION



2. I TRAGUARDI TECNICO ECONOMICI

2.1. L'EVOLUZIONE ESPOSITIVA DI LUCCA COMICS & GAMES

L'attività è andata in continuità con quanto costruito nell'ultimo triennio, con efficacia nei risultati tecnici ed economici che sono estremamente positivi. La strategia commerciale è stata quella di aumentare ad anni alterni i listini degli espositori e i biglietti dei visitatori. Il 2018 è stato l'anno dell'incremento dei listini degli espositori, che adesso è uniforme per tutte le sezioni della manifestazione, ovviamente tenendo in considerazione listini agevolati per le realtà associative, le autoproduzioni (sia in ambito Comics che in ambito Games) e per le realtà Junior relativamente a microeditoria, librerie, giocattolerie. La strategia del posizionamento delle aree (sempre condivisa con il team eventi) è fatto seguendo la logica di coerenza degli spazi, sia in termini contenutistici che logistici: infatti il lavoro (di posizionamento dei padiglioni nelle piazze, ma anche di distribuzione degli stand all'interno degli stessi – specialmente per i due padiglioni principali: Carducci e Napoleone) era volto con un occhio specifico anche ad una distribuzione dei flussi del pubblico (grazie anche allo studio degli Analytics di Vodafone), e che ha portato, nonostante il grande pubblico, a distribuirlo su tutta la città in modo sempre più uniforme. La più grande novità 2018, è stata la chiusura di un percorso lungo un triennio, di **spostamento del videogioco dall'area Carducci all'area Cavallerizza-San Donato**, che quest'anno ha visto completarsi tale trasformazione espositiva.



- **Comics**
 - o piazza Napoleone (Editori Fumetto)
 - o piazza del Giglio (Editori Fumetto, Artist Area)
 - o piazza San Giovanni (Star Comics)
 - o piazza San Martino (Panini e Bonelli)
 - o Oratorio San Giuseppe (Bonelli)
 - o Agorà (Bonelli – Tex Experience)
 - o corso Garibaldi (Fumetterie)
 - o Chiesa dei Servi (Tavole Originali)
 - o piazza Caserma (Self Area, Tech Princess)
- **Games e Fantasy**
 - o area Carducci
- **Videogames**
 - o piazzale San Donato (The Bit District)
 - o Sotterraneo della Zecca (Sala Incontri TBD)
 - o Auditorium San Romano (Esports Cathedral)
 - o piazza San Romano (Esports Village)
 - o piazza Bernardini (Nintendo)
 - o piazza Colonna Mozza (Sony-Spiderman)
 - o Villa Bottini (Kingdom Hearts III)
 - o piazza Santa Maria (Esports Palace)
 - o Baluardo Santa Croce (Euronics)
 - o Casermetta San Paolino (Bandai Namco)
 - o Casermetta San Colombano (Nvidia)
 - o Caserm. e Sotterraneo San Regolo (Blizzard)
 - o Cavallerizza (TIM Games)
- **The Citadel**
 - o Baluardo Santa Maria
 - o Baluardo San Paolino
 - o Cortina Mura Urbane
- o Casermetta San Frediano (STIC)
- o Baluardo Santa Regolo (Umbrella)
- o Piattaforma San Frediano (501° Italica G.)
- o Sotterranei per GRV
- **Japan Town**
 - o Giardino degli Osservanti (Bandai, Japan)
 - o via Bacchettoni (Yamato, Japan)
 - o Casa del Boia (Jungle)
 - o piazza San Francesco
 - o piazza San Pietro S. (Tamashii Nation)
- **Junior**
 - o ex-Real Collegio
- **Music e Cosplay**
 - o Baluardo San Donato (main stage)
 - o Baluardo Santa Croce (RedBull Cosplay Garage)
- **Gadget&Collectible**
 - o piazza San Giusto (Hasbro)
 - o piazza Bernardini (Funko)
 - o Baluardo San Paolino
 - o Cortina Mura Urbane
- **Movie e Sponsor**
 - o Loggiato Pretorio
 - o piazza San Michele (Warner)
 - o piazza Anfiteatro (Netflix)
 - o piazzale Arrigoni (Sky)
 - o Sotterraneo San Colombano (Game of Thrones)
 - o Cavallerizza (TIM Vision – TIM Fibra)

Sempre più importante (e quest'anno ha raggiunto un ampio livello di qualità, e quindi di complessità) l'attività di advertising, principalmente quella onsite e online/social. Come sempre, gli ultimi due mesi sono infatti molto importanti specialmente per le attività di vendita degli spazi di advertising, frangente in cui riusciamo a creare le migliori opportunità di ricavo in funzione dei costi, già in gran parte sostenuti strutturalmente. Quest'anno la crescita spaziale della manifestazione è stata contenuta, con una piazza utilizzata in più (piazza della Caserma), e una piazza (Santa Maria) utilizzata in maniera meno impattante del 2017. La crescita che si evidenzia è invece qualitativa, con nuove aziende (che analizzeremo nelle relative aree) sempre di maggior spessore. Infine si segnala che quest'anno – seppur non sia stata ancora formalizzata, né ne sia stato trovato ancora uno specifico brand – la presenza di Hasbro (con la divisione Toys) e Funko (con i celebri Funko Pop) hanno di fatto aperto in modo più evidente ad una nuova area (molto apprezzata dal pubblico) di **gadget/collectible**.

Planimetria Lucca Comics & Games 2018 - dettaglio dei padiglioni e delle aree monografiche



Planimetria Lucca Comics & Games 2018 - dettaglio dei padiglioni e delle aree monografiche



2.1.1. ANALISI ECONOMICO-PLANIMETRICA

Con una crescita della manifestazione che d'ora in avanti potrà essere limitata (rimangono poche le nuove location utilizzabili), l'espansione del festival è stato principalmente sulle location non convenzionali, come **Sotterranei e Casermette delle Mura**, che ai grandi partner permettono un ottimo impatto dei propri brand nonché la possibilità di sviluppare progettualità ad hoc in un contesto unico come quello monumentale della città.

Di seguito uno sguardo alle novità dei vari settori, ovviamente considerando che non possiamo citare tutti i partner, che – specialmente negli ambiti Comics e Games (ma non solo) – vedono la rappresentatività di quasi l'interezza degli operatori, e sicuramente di quelli principali.

2.1.1.A. UNO SGUARDO SULL'AREA COMICS

La grande novità dell'area Comics è stato il terzo padiglione monografico: dopo Panini e Bonelli in piazza San Martino, anche **Star Comics** è uscita dal Napoleone per la realizzazione di Piazza Star Comics in piazza San Giovanni. Nel padiglione Napoleone questo ha permesso, senza impattare sugli altri partner, di accogliere nuove importanti realtà editoriali come **Feltrinelli Comics** e **Oblomov/Baldini&Castoldi**: esempi virtuosi di lavoro combinato del team sales/eventi. Continuata e ulteriormente cresciuta la valorizzazione del mondo delle **Tavole Originali**, che quest'anno abbiamo portato in **Chiesa dei Servi**, con una prospettiva pluriennale di crescita, in un ambito in cui il gruppo di lavoro crede molto. La **Self Area**, lo spazio dedicato alle autoproduzioni a fumetti, ha trovato invece la sua collocazione ideale in un padiglione di 300 mq posizionato in piazza della Caserma, a cavallo fra il mondo delle fumetterie di Corso Garibaldi e il variegato e colorato mondo delle Mura. La presenza di 34 realtà selezionate fra le tante richieste, assieme alla presenza dello sponsor Schneider, perfettamente integrato all'attività, hanno portato un padiglione di ottima qualità.

2.1.1.B. UNO SGUARDO SULL'AREA GAMES & LUK FOR FANTASY

Il padiglione Carducci ha concluso la sua evoluzione, diventando completamente analogico: gioco da tavolo in tutte le sue forme, arte e narrativa (fantasy e fantascientifica). A livello planimetrico, ottima la nuova collocazione della Sala Ingellis, più contenuta in termini spaziali e coerente con le realtà che principalmente utilizzano la sala (prospiciente all'area Luk for Fantasy).

La ex-Sala Ingellis è stata invece utilizzata in parte per sopperire alla mancanza del Palazzo Del Magro e in parte per andare a verticalizzare il mondo delle associazioni, degli indipendenti e delle autoproduzioni; con un collegamento diretto al padiglione fatto attraverso un tunnel con teli trasparenti. Cresciuto anche in questo padiglione (il più grande della manifestazione) il livello di espositori: per il **Boardgame**, la principale novità è stata la presenza di **Winning Moves**, per il **Trading Card Games** importante il ritorno di **Yu-Gi-Oh!**, per



quanto riguarda i mondi delle **Miniature** e dei **Giochi di Ruolo**, c'è stato un generale consolidamento delle realtà già presenti. Luk for Fantasy ha visto la presenza per la prima volta di **Amazon Audible**, e una crescita sempre più massiccia del comparto artistico: Peach Momoko e CJ Draden si sono infatti affiancati alle presenze ormai consolidate come quelle di Ciruelo, Steve Argyle, Jason Engle, Sade&Wilkinson. Continua a crescere il progetto del **Bookshop**, che permette a Lucca Comics & Games di valorizzare la presenza di etichette e di contenuti festivalieri anche di case editrici con pochi titoli o che non hanno la possibilità di sostenere uno stand corporate; nel 2018 questi gli editori presenti: Gainsworth Publishing, HarperCollins, La Ruota Edizioni, Rizzoli, Bompiani, La Stirpe del Drago.

2.1.1.C. UNO SGUARDO SULL'AREA VIDEOGAMES

L'area del videogioco come sempre ha vissuto di un forte turnover di realtà, che rimangono di primissimo livello e con contenuti sempre di qualità crescente. La conferma di **Nintendo** sicuramente è stato un punto di forza, con il consolidamento e rafforzamento della presenza in piazza Bernardini, sull'asse est-ovest della città sempre più legato al mondo videoludico. In questo senso il ritorno di **Sony** in piazza della Colonna Mozza con Spiderman e quello di **Square Enix** in Villa Bottini con Kingdom Hearts, hanno completato questo importante asse. Raddoppiato il mondo degli **ESports**: oltre alla **Cathedral** nella splendida cornice dell'Auditorium San Romano, piazza Santa Maria è



stata il luogo del nuovo **ESports Palace**, un progetto di **AK Informatica** che è stato inoltre partner nella realizzazione dell'esperienza VR per la mostra di Jerémié Moreau a Palazzo Ducale e per la mostra di Paul Bonner a Palazzo Arnolfini. Fondamentale anche il supporto per il progetto **Twitch**, il programma di diretta streaming del nostro festival sulla innovativa piattaforma social, sul quale la nostra organizzazione quest'anno ha puntato molto. Ma i videogiochi hanno anche continuato l'espansione sulle Mura con il padiglione **Euronics** sul Baluardo Santa Croce e le casermette di **Bandai Namco** e **Nvidia**. La casermetta e il sotterraneo San Regolo sono stati invece la "taverna" di Hearthstone (**Blizzard**), che assieme al mondo associazionistico della **Umbrella Italian Division**, hanno creato un nuovo importante polo attrattivo della manifestazione. Piazzale San Donato è infine diventato "**The Bit District**", padiglione dedicato a tutto il variegato mondo videoludico: dagli **sviluppatori Indie** a **Drako**, dai gadget di **Game Legend** al retailer **Gametekk**.

2.1.1.D. UNO SGUARDO SULL'AREA THE CITADEL & MURA URBANE

Sicuramente l'area diffusa più estesa della manifestazione, e per questo motivo anche più complessa logisticamente. Spazialmente si è consolidata, andando a inserire come unica novità il posizionamento dell'Umbrella Italian Division sul **Baluardo San Regolo** (a creare un nuovo polo attrattivo assieme a Blizzard) e permettendo così il posizionamento di Euronics e RedBull sul **Baluardo Santa Croce**. In particolare segnaliamo RedBull che ha sviluppato la prima importante attività espositiva legata al mondo del Cosplay (il **RedBull Cosplay Garage**), sicuramente una collaborazione da riproporre per lo sviluppo di questo mondo.

2.1.1.E. UNO SGUARDO SULL'AREA JUNIOR

Prosegue il percorso di crescita del "Family Palace" con conferme e nuovi partner, alcune di profilo internazionale. Rainbow e' stato il protagonista assoluto con la mostra dei 15 anni delle **Winx**, l'evento su **Regal Academy** e la prima mondiale della serie animata **44 Gatti**. Un'altra importante partecipazione è stata quella di **YouTube Kids**, la conferma che Lucca Junior è sempre più attraente per i grandi operatori dell'entertainment per ragazzi. Per il mondo del giocattolo **Mattel**, per la prima volta a Lucca per lanciare la nuova linea Mecard e **Playmobil**, presente con uno spazio vendita. Ormai consolidata la presenza della **Pokémon Company**, con Trading Card Game e Videogame legati al brand. Come nell'area fantasy del Carducci, anche nell'area Junior è stato sviluppato un bookshop con le medesime logiche di coinvolgimento dell'editoria, in questo caso quella per ragazzi, e con una forte integrazione con la programmazione: Mondadori (con Mondadori Ragazzi, Piemme e Battello a Vapore), Einaudi (con Einaudi Ragazzi, EL Edizioni e Emme Edizioni), DeAgostini e Lapis Edizioni.



2.1.1.F. UNO SGUARDO SULLA JAPAN TOWN

Cresce ancora la Japan Town, con due nuovi padiglioni e l'utilizzo della Casa del Boia per progettualità a fini espositivi e contenutistici. Consolidata la presenza di Bandai, quest'anno anche con importanti contenuti culturali, Yamato, con i 40 anni di **Goldrake**, si sposta coerentemente nella Japan Town, ma cresce anche il mondo delle statue a cui dovremo porre molta attenzione in ottica futura.



2.1.1.G. UNO SGUARDO SULL'AREA MOVIE

Prosegue il trend positivo dell'area Movie, sviluppata in partnership con QMI, con la presenza dei maggiori player del settore cinematografico e televisivo italiano. Importante il ritorno di Sky e le conferme di **Netflix** (con il più grande padiglione monografico mai realizzato e un'attività di engagement su Narcos molto attrattiva) e **Warner Bros.**, tutti con una presenza espositiva importante. Lucca Comics & Games si conferma l'evento principe dell'entertainment in Italia, con un pubblico appassionato ed entusiasta. In particolare, il Sotterraneo San Colombano è stato allestito da **Sky** a tema **Game of Thrones**, continuando un percorso inaugurato l'anno scorso con Stranger Things. Un contenuto non convenzionale e sicuramente uno dei principali highlight di Lucca Comics & Games 2018. Ma tante altre sono state le realtà presenti (con spazio, ADV o presenza del contenuto), sia per quanto riguarda le **distribuzioni cinematografiche** (O1 Distribution, 20th Century Fox, The Walt Disney Company, Sony, Tim Vision, Universal, Fandango, M2, VideA, Minerva, Lucky Red, Nexo Digital, Tucker Film), che relativamente a **canali televisivi e on demand** (Cartoon Network/Turner, Infinity, Mediaset Premium, Tim Vision, Rai 4, Nickelodeon, Crunchyroll, Brandon Box). Il Cinema Moderno – invece – è stato interamente dedicato alla “**Maratona Marvel**”. Importante riportare seguito l'elenco dei tanti Media Partner presenti all'evento: La Repubblica (gruppo editoriale L'Espresso), Best Movie e Movie 4 Kids (gruppo editoriale Eduesse), Sky Cinema (del gruppo televisivo Sky Italia), Rolling Stone (gruppo editoriale Bernardini/DePace), BadTaste (del gruppo editoriale web Bad), Variety (testata internazionale).

2.1.2. I PROGETTI SPECIALI E NON CONVENZIONALI

I grandi progetti “non convenzionali” sono un elemento molto importante di Lucca Comics & Games, sia per l'aspettativa del nostro pubblico, che per l'interesse dei main partner che a Lucca desiderano sviluppare attività “uniche”. Ogni location non convenzionale evidenziata precedentemente è di fatto legata ad un progetto speciale, di seguito ci limitiamo a citare i principali (dettagliati nei rispettivi paragrafi):

- **Sky – Game of Thrones (sviluppato con QMI)**
- **Netflix (sviluppato con QMI)**
- **TIM (sviluppato con QMI)**

2.1.3. NUMERI E SPAZI

Area Comics	Spazio: + 5,2 %	Tendostrutture: + 4,8 %	Fatturato: + 18,2 %
Area Games	Spazio: + 2,1 %	Tendostrutture: + 2,1 %	Fatturato: + 14,7 %
Area Videogames	Spazio: - 12,5 %	Tendostrutture: - 3,8 %	Fatturato: - 8,1 %
Area Gadget/Collectible	Spazio: NEW	Tendostrutture: NEW	Fatturato: NEW
Area The Citadel e Mura	Spazio: =	Tendostrutture: =	Fatturato: + 23,2 %
Area Junior	Spazio: + 1,5 %	-	Fatturato: + 29,7 %
Area Japan	Spazio: + 12,6 %	Tendostrutture: + 1,7 %	Fatturato: + 17,0 %
Area Movie	Spazio: + 202,1 %	Tendostrutture: + 85,7 %	Fatturato: + 102,8 %

2.1.3.A. TOP INVESTOR

Di seguito i principali investitori a carattere endemico di Lucca Comics & Games.

Legenda: C = Comics, G = Games, Ja = Japan, Vg = Videogames

Nota: da questo elenco sono esclusi i partner dell'area Movie, gestita economicamente da QMI

	PRINCIPALI 2018	INVESTITORI	SETTORE			
1	Progaming srl					Vg
2	AK Informatica					Vg
3	Sergio Bonelli spa	C				
4	Cosmic Group srl	C	G	Ja		
5	Panini spa	C				
6	Koch Media srl					Vg
7	Bandai sa			Ja		Vg
8	Manicomix snc	C	G			
9	Legacy srl		G			
10	Asmodée Italia srl		G			
11	Euronics Italia spa					Vg
12	Giochi Uniti srl		G			
13	Sony Interactive Ent. Italia spa					Vg
14	Nintendo of Europe GmbH					Vg
15	Pegasus Distribuzioni srl	C				
16	Yamato srl			Ja		
17	Raven Distribution spa		G			
18	GameTrade Distribuzione		G			
19	Essegibi sas	C				
20	Magic Store srl		G			
21	Blizzard					Vg
22	Edizioni Star Comics	C				
23	Cranio Creations		G			
24	MPE Magic Press Edizioni	C	G			
25	Megaditta srl		G			

	PRINCIPALI 2017	INVESTITORI	SETTORE			
1	Activision-Blizzard					Vg
2	Bandai sa			Ja		Vg
3	ProGaming Italia srl					Vg
4	Cosmic Group srl	C		Ja		
5	Panini spa	C				
6	Hidedesign snc					Vg
7	Sergio Bonelli Editore spa	C				
8	Giochi Uniti srl		G			
9	Legacy srl		G			
10	Pegasus Distribuzioni srl	C				
11	Yamato srl	C				
12	Asmodée Italia srl		G			
13	Nintendo of Europe GmbH					Vg
14	Mindblast srl					Vg
15	Gametrade Distribuzione		G			
16	Raven Distribution srl		G			
17	Gruppo Saldatori srl	C				
18	NetAddiction srl					Vg
19	Essegibi sas (Tech Princess)					Vg
20	Manicomix snc	C				

2.1.4. IL RAPPORTO CON LE AGENZIE E GLI OUTSOURCING

Nell'ambito del team segnaliamo le principali attività svolte con le agenzie operanti nel nostro settore, o l'utilizzo di servizi di altre realtà che orbitano nei nostri outsourcing.

QMI, Marketing Cinema ed Extra Settore

La collaborazione con QMI è sempre in crescita, e quest'anno è stato l'ottavo anno di una collaborazione assolutamente proficua. Come già citato in precedenza, le principali aziende cinematografiche e di broadcasting sono ormai presenti a Lucca, ma in quest'ultimo biennio la crescita è stata molto importante anche dal lato delle sponsorizzazioni extra-settore.

Ka-Mi-La – il partner per il merchandising

Positiva la collaborazione con Ka-Mi-La, per quanto riguarda il merchandising di Lucca Comics & Games, nel 2018 all'ultimo anno di contratto. L'azienda si conferma comunque molto affidabile e disponibile nello sviluppo dei Punti Shop ufficiali.

Ristogest – il partner food

Ristogest ha continuato a crescere vincendo anche il bando per il punto ristoro della Japan Town. Partner affidabile che ci permette di coprire i punti strategici della manifestazione (Carducci, Palco, Mura e Baluardi), altrimenti scoperti da servizi di ristorazione, per il pubblico e per gli espositori.

Mediaus e gli strumenti gestionali

La continua evoluzione della manifestazione e delle sue norme amministrative, ci richiede di intervenire costantemente sulla nostra strumentazione. Mediaus anche quest'anno si è rivelato partner affidabile e con tempismo di recettività delle necessità.

Vodafone Analytics

Si conclude il triennio di studio dei Big Data con gli Analytics di Vodafone, con ottimi risultati in termini delle numeriche delle presenze extra-ticketing, della provenienza e dell'analisi di visita delle principali aree della manifestazione.

Web-Partner

La collaborazione con gli web-partner è cruciale per la comunicazione dei contenuti verticale al fandom di Lucca Comics & Games: **Fumettologica** per il fumetto, **Gioconomicon** per il gioco da tavolo, **Fantasy Magazine** per fantasy e fantascienza, **Stardust**, **Bad Taste**, **Movie for Kids** per il cinema, **Multiplayer.it** per il videogioco. Queste partnership si sono sviluppate grazie al lavoro congiunto sales/eventi/comunicazione.

2.1.5. GLI SPONSOR

Come ogni anno le sponsorizzazioni sono gestite in parte direttamente da Lucca Crea e in parte demandate alla concessionaria esclusiva per il marketing extra settore. una strategia che ci permette di massimizzare i risultati economici nell'ambito delle sponsorizzazioni. la società si è concentrata nel finalizzare le seguenti partnership: **Intesa Sanpaolo, Unicoop Firenze, Lucart, Catawiki, EMP, Fonte Azzurrina**. In particolare con Intesa Sanpaolo è stato sviluppato un percorso molto articolato che attraverso il territorio, con attività nelle filiali (quest'anno Roma e Venezia, oltre a Lucca), arrivasse al festival mettendo in relazione il grande istituto bancario con la cultura legata al mondo dei cosplayer e infine, durante la manifestazione, portando nella filiale di Piazza San Michele contenuti artistici legati al fumetto e all'illustrazione.



TIM Main Sponsor

QMI invece, ha lavorato per il secondo anno consecutivo sulle telecomunicazioni per individuare il main sponsor per la manifestazione. Dopo Fastweb quindi TIM, una delle maggiori aziende italiane, ha finalizzato un grande investimento su Lucca Comics & Games e il suo pubblico, con un'operazione "domination" al pari di altre consimili realizzate nei grandi eventi nazionali: Serie A di Calcio e Festival di Sanremo. Questa main sponsorship valorizza la manifestazione e costituisce un caso esemplare dal quale partire per ricercare altre sponsorizzazioni prestigiose negli anni futuri e aumentare i benefici per la manifestazione e la città. QMI inoltre ha contrattualizzato altri importanti sponsor, un volume complessivo che è cresciuto numericamente e in termini di importanza dei marchi: **Ferrero, Ford, EF Education First, Tassoni, Perfetti Van Melle, Sifi**.

Obiettivo non meno importante invece, aver iniziato a coinvolgere realtà industriali del territorio come **Lucart**, che ha capito quanto la vetrina e il ritorno di immagine che Lucca Comics & Games possa essere importante.



2.2. IDEAZIONE, PROGETTAZIONE E MESSA IN OPERA



2.2.1. IDEAZIONE E PROGETTAZIONE

Individuazione e verifica degli spazi necessari allo sviluppo dell'area fieristica e progettazione di massima di tutti i siti interessati

La continua evoluzione delle esigenze del Festival giustificate sia da motivi di sicurezza che commerciali, ha comunque sostanzialmente confermato lo sviluppo planimetrico già attuato nella scorsa edizione. Per la prima volta è stata interessata Piazza della Caserma con la realizzazione di due padiglioni che hanno ulteriormente favorito il collegamento con i padiglioni presenti a sud-ovest sulle Mura Urbane alleggerendo così anche il collegamento tra Via Veneto e il Baluardo Santa Maria.

Negli ultimi anni sono state considerate e valutate quasi tutte le opportunità di espansione specialmente all'interno del Centro Storico e nelle immediate vicinanze, alcune di queste sono auspicabili se non addirittura dirimenti per un ulteriore miglioramento della vivibilità e realizzazione del Festival. Un'importante variazione è stata quella di rimodulare la Japan Town per alleggerire la presenza di strutture e pubblico nel Giardino degli Osservanti. Sono stati così realizzati due padiglioni negli spalti interni lungo Via dei Bacchettoni per una superficie totale di 350mq. L'area è risultata idonea, ma necessita comunque di una progettazione più attenta e definita. La permanenza del cantiere del ristrutturando Hotel Universo, ha mantenuto necessaria la riduzione del padiglione di Piazza del Giglio. In collaborazione con FF.AA. ed organismi competenti, sono stati definiti spazi e strutture presenti in Cortile degli Svizzeri dedicati in particolare alle celebrazioni del 4 novembre legate al centenario dalla fine della Prima Guerra Mondiale (1918/2018). Grazie anche a tale esigenza, sono stati trasferiti i bagni chimici da Cortile degli Svizzeri a Via della Dogana collocandoli in un cortile interno di proprietà demaniale. Tale soluzione era stata individuata da diversi anni, ma solo quest'anno si è riusciti a concluderla positivamente.

Impostazione preliminare e definizione dei rapporti con gli Uffici dell'Amministrazione Comunale, dei vari Enti interessati alla progettazione e allo sviluppo planimetrico della manifestazione

La ormai sperimentata stretta collaborazione con le istituzioni tradizionali e grazie anche alla competenza ed efficienza dei vari uffici, hanno permesso di studiare e valutare per tempo le diverse problematiche relative soprattutto a viabilità, parcheggi e occupazione del suolo pubblico.

Assistenza (con testi documentali e/o elaborazione grafica) alla stesura dei relativi bandi di gara, o relative indagini di mercato, di tutti i necessari servizi e relative forniture

Grazie alla sperimentata strategia di individuare i "grandi fornitori" per un affidamento pluriennale, si è provveduto ad affidare nel rispetto delle vigenti normative in materia di appalti, i seguenti servizi e lavori:

- noleggio di arredi
- noleggio di allestimenti mostre

Per quanto riguarda l'individuazione del fornitore di generatori, è stato valutato più opportuno impostare l'appalto per una valenza annuale in quanto nel 2019 si possa prendere in considerazione la possibilità di attuare una scelta che consideri anche la scadenza della gara degli impianti elettrici. Potenzialmente, l'affidamento dei due servizi ad un unico fornitore potrebbe garantire una maggiore efficienza sia tecnica che logistica.

Progettazione dettagliata dei singoli padiglioni ed aree espositive, predisposizione e verifica delle planimetrie

Sono state interessate 106 location per una superficie complessiva di oltre 35.000mq che, data la vasta e variegata estensione del Festival, ha comportato un notevole impegno progettuale. La progettazione dettagliata di ogni singola location è stata redatta dallo staff dell'Area Tecnica che ha saputo interpretare e mediare le diverse esigenze manifestate sia dal Settore Commerciale che dal Settore Culturale. Tale proficua e stretta collaborazione ha permesso di giungere alla fase esecutiva con i vari progetti pressoché definitivi anche in termini di necessità dei materiali e servizi. Questo importante traguardo ha consentito ai vari fornitori di poter operare con buona efficienza nel rispetto del cronoprogramma previsto. È stata confermata la particolare rilevanza strategica, sia da un punto di vista logistico che funzionale, del magazzino unico centrale della manifestazione. I locali dei magazzini dell'**Ex Manifattura Tabacchi** situati in prossimità del Centro Storico nell'area compresa tra Via F.Filzi e Via N.Sauro, si sono confermati estremamente rispondenti alla sempre maggior esigenza di deposito e movimentazione merci non solo per gli espositori ma anche per i principali fornitori. È bene comunque considerare che tale soluzione, non è da considerarsi permanente. Un notevole impegno di energie è stato dedicato alla definizione e realizzazione dei vari Progetti Speciali (Padiglioni Monografici, Aree Speciali etc) che date le singole specificità, hanno comportato una costante collaborazione tra i vari interlocutori coinvolti a vario titolo (anche se purtroppo non sempre con ruoli chiari e definiti). Con largo anticipo, sono stati avviati i contatti con i diversi organismi e le procedure finalizzate all'ottenimento delle varie concessioni necessarie. È proseguita l'ottima collaborazione rapporti con il **Comando dei VV.FF.** non solo per quanto l'area dell'ex Campo Balilla, ma anche per tutte le aree di maggior concentrazione di pubblico. I rapporti sono iniziati sin dalla fase progettuale consentendo di studiare e concordare le migliori soluzioni per garantire un limite di affluenza del pubblico che rispondesse alle esigenze di sicurezza senza compromettere quelle commerciali.

Particolare attenzione è stata posta nello studio di diverse ipotesi atte a garantire una fruizione dell'Area

Palco nel rispetto delle vigenti norme in materia di sicurezza nei luoghi destinati a Pubblico Spettacolo. La soluzione definitiva, concordata con tutte le autorità competenti, ha permesso lo svolgimento di tutte le attività nella massima sicurezza.

Supervisione alla redazione e l'invio dei documenti di locazione

L'Ufficio Tecnico ha redatto oltre 700 Documenti di Locazione ed inviati, tramite il gestionale, ai rispettivi espositori che dovevano approvare, sempre tramite il gestionale, le eventuali modifiche da loro richieste.

Anche per il 2018 la percentuale di coloro che hanno scelto il "silenzio/assenso" è stata intorno al 33%: è necessario insistere per una sempre maggior attenzione verso il Festival anche da un punto di vista formale, soprattutto da parte dei vecchi Espositori. Deve migliorare la sintonia e la tempistica con quegli Espositori che, avendo scelto l'Area Speciali, devono fornire i loro progetti per un'attenta valutazione di fattibilità tecnica e congruità economica.

Redazione degli elaborati esecutivi

Grazie al capillare e costante lavoro svolto in fase di assegnazione e definizione degli spazi, la redazione degli elaborati planimetrici, da consegnare sia alla Commissione Provinciale di Vigilanza, sia ai vari fornitori, è risultata estremamente dettagliata tale da consentire minimi errori in fase esecutiva che consuntiva. Variazioni progettuali e di assegnazione di spazi comunicate ormai in fase operativa, hanno causato in alcuni casi maggiori complessità in fase di esecuzione, risolte grazie all'impegno di tutto il team di lavoro.

2.2.2. REALIZZAZIONE

In riferimento alla richiesta presentata all'Amministrazione Comunale il 30/03/2018 ed alle successive integrazioni, con Delibera G.C. N.295 del 2/10/2018 è stata approvata definitivamente la Manifestazione.

La fase attuativa di quest'anno è stata caratterizzata dal fatto di aver potuto disporre dell'area del Ex-Campo Balilla già "sterrata" fin dal 17 settembre, grazie ad un accordo promosso dall'Amministrazione Comunale e stipulato con la **D'Alessandro e Galli** organizzatrice del concerto di Roger Waters tenutosi su detta area in data l'11 luglio. Una maggior superficie a disposizione ha consentito una rimodulazione di buona parte dell'area permettendo la realizzazione di una nuova Sala Conferenze. Il montaggio dei numerosi padiglioni ed il conseguente allestimento dei relativi impianti elettrici, trasmissione dati, filodiffusione, arredi e servizi, sono stati effettuati con la consueta professionalità dalle ditte incaricate, forti anche dell'esperienza maturata nelle scorse edizioni. Sono state montate e allestite **323 tendostrutture**, con superfici variabili comprese tra i **9 e i 9.000 mq** per una superficie totale di oltre **35.000 mq**, a cui vanno aggiunti **35 location** che sono state allestite in chiese, palazzi, locali, baluardi, casermette, sotterranei e altre aree del centro storico e delle Mura, per una superficie totale complessiva di circa **55.500 mq**. Dei **106 siti interessati in totale dalla manifestazione**, 6 sono quelli utilizzati per la prima volta. L'aumento di espansione, seppur minima, dell'area interessata dal Festival e l'aumento della complessità degli interlocutori (specialmente quelli di primo livello), ha reso necessario un maggior impegno organizzativo soprattutto per quanto riguarda la gestione logistica nelle varie fasi di realizzazione, in quanto i tempi a disposizione sono ovviamente rimasti inalterati. Nonostante ciò, grazie ad una più attenta ed oculata operatività, si è riusciti ad ottenere risultati ottimali.

Gestione Espositori

Una sempre più attenta, coordinata e programmata organizzazione nell'arrivo degli Espositori ha evitato il congestionamento delle aree più critiche nei giorni immediatamente precedenti l'inizio del Festival. Per i padiglioni monografici e le aree speciali sono stati presi accordi diretti con gli allestitori incaricati dai rispettivi Espositori: la disponibilità del magazzino centrale come punto di appoggio per i materiali di allestimento estremamente vicino al Centro Storico, ha favorito notevolmente l'operatività consentendo un ordinato ed omogeneo afflusso dei grossi mezzi nelle operazioni di carico e scarico.

Giornate del Festival

Gli incontri promossi dalla **Prefettura** e dalla **Questura** rivolti a tutti gli Enti e Organismi interessati e soprattutto i numerosi tavoli tecnici che si sono succeduti a vari livelli, soprattutto nei mesi di settembre e ottobre, hanno consentito di individuare e promuovere soluzioni che hanno migliorato notevolmente l'enorme impatto di traffico e visitatori.

Smontaggio e ripristino

Fin dalle prime ore successive alla chiusura del Festival sono iniziate le operazioni di disallestimento in tutti i padiglioni. Nei giorni successivi, secondo un ormai collaudato cronoprogramma, sono state smontate le diverse tendostrutture dando la precedenza ai padiglioni collocati in aree notoriamente interessate dalla circolazione e dai parcheggi: nella giornata di venerdì 16 anche l'ultima piazza è stata riconsegnata libera e pulita alla città. Parallelamente sono state smontate le più complesse strutture dall'area dell'ex-Campo Balilla e l'area è stata liberata completamente dai materiali delle strutture venerdì 23 novembre.

2.2.3. LA LOGISTICA DEL FESTIVAL

Supervisione allestimento manifestazione, nei cantieri durante le fasi di montaggio e smontaggio padiglioni e stand

È stato elaborato il calendario condiviso di allestimento e montaggio e di smontaggio. Sono stati programmati, con l'Amministrazione Comunale gli interventi di segregazione cantieri e il servizio di movieri a terra con l'obiettivo dell'ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse programmate e sono stati gestiti nella loro applicazione attraverso gli strumenti cloud della società. I servizi sono stati efficientati con l'inserimento dei correttivi risultati dall'analisi 2017 migliorando principalmente il flusso e la velocità d'intervento nonché la duttilità dei servizi per ridurre l'impatto sulla cittadinanza.





Supporto e assistenza nei rapporti con gli Uffici dell'Amministrazione Comunale interessati dall'evento ed in particolare Ufficio Traffico, Vigili Urbani, Protezione Civile, Metro/Ufficio Permessi, Opera delle Mura, Real Collegio

Sviluppo della rete di collaborazione fra organizzazione e Uffici competenti, approfondimento dei livelli di supporto e collaborazione con mantenimento dei costi preventivati. Sono stati individuati nuovi spazi per le esigenze di servizio del comparto **Protezione Civile/118**, migliorando i servizi e le loro condizioni di lavoro/intervento. È stato supportato l'intervento dei volontari con nuova predisposizione di servizi paralleli a compensazione delle eventuali mancanze. È stato previsto un sistema di informativa logistica diretta sul campo per le aree di principale intervento.

Supervisione all'attività di fornitura materiali e dotazioni vari settori

È stata coordinata una serie d'interventi di preparazione dei magazzini e degli spazi di stoccaggio di Lucca Crea in previsione del festival. È stata allestita una sala aggiuntiva dedicata alla realizzazione per le mostre espositive. Sono state eseguite una serie di realizzazioni speciali, coordinamento e supervisione allestimento scenografico e tecnico stand e mostre espositive con ottimizzazione, inventario e recupero materiali.

Progettazioni e realizzazioni percorsi e cartellonistica di servizio e sicurezza e relativa supervisione

È stata riprogettata completamente la cartellonistica di servizio ottimizzando i tempi di installazione mantenendo comunque il livello di informazione standard con l'ottimizzazione dei percorsi e della cartellonistica, studio e applicazioni di alternative di percorso anche per coerenza con la dinamica dell'offerta presentata. Progettazione della cartellonistica dedicata alle aree monografiche. È stata integrata la segnaletica per le biglietterie.

Supervisione e coordinamento assistenza tecnica espositori

Migliore strutturazione organizzativa del servizio supervisione e coordinamento accessi espositori anche nelle aree di più difficile accesso – migliore e più sinergica elaborazione e organizzazione calendario arrivi e partenze standisti nonché gestione flussi mezzi – supervisione e controllo organizzazione personale presente nelle aree.

Supervisione magazzino e servizi di supporto

È stato confermato l'impianto base del servizio magazzino e movimentazione merce in modo che potesse essere effettuata una fase di vendita dei servizi già in fase assegnazione stand. Conseguentemente è stata svolta la gara di affidamento del servizio sulle basi del 2017 e sulla nuova concezione sviluppata. È stata confermata la parte organizzativa del servizio di supervisione e coordinamento di rapporto con i richiedenti. Individuazione soluzioni specifiche e dedicate per espositori. È stato confermato il buon livello di soddisfazione del servizio del 2017 migliorando ancora nella parte di supervisione e controllo.

Selezione, predisposizione e coordinamento personale di servizio in fiera – portierato diurno, accoglienza: programmazione personale, supervisione e coordinamento del servizio

Sino al 2017 il servizio (in particolare quello conosciuto come “i felpati”) era gestito internamente con Voucher o tramite lavoro somministrato. Nel 2018 per scelta strategica / gestionale – anche nell'ottica di maggiore efficienza e riduzione costi - la società ha deciso, previo bando di rilevanza europea, di dare in appalto il servizio, gestito in prima persona dall'appaltatore e puntualmente controllato da Lucca Crea srl, tramite il RUP l'assistente del RUP, monitorando la qualità e la contabilità del servizio.

E' stato elaborata quindi una gara di esternalizzazione e affidamento del servizio per il portierato diurno e notturno, e' stato creato un format dedicato per la raccolta dei curriculum vitae di quei lavoratori che volevano rendersi disponibili per il servizio, e detti CV messi a disposizione dell'appaltatore. Il tutto, ovviamente con la supervisione e la vigilanza della Società, non solo sugli aspetti tecnici del servizio ma anche sulle dinamiche di ottimizzazione orari in funzione delle normative di riferimento e della valorizzazione del personale. Ottimizzazione di quanto proposto dal gestore del servizio rispetto all'orario di servizio di regolamento e analisi economica alternative nell'ottica di ottimizzazione delle spese. Fra la gara di assegnazione e la realizzazione del festival si sono aperti altri ambiti di utilizzo del personale e sono state fatte richieste specifiche di supporto.

Proprio perché Lucca Crea non ha contrattualizzato in prima persona i lavoratori, sia per motivi di responsabilità sociale ma anche per una propria tutela societaria, nel bando sono state inserite varie clausole per la tutela dei lavoratori:

- A) NO a contratti atipici e irregolari: l'appaltatore doveva assumere tutto il personale con regolare contratto di lavoro subordinato (no a contratti di lavoro autonomo o parasubordinato) con regolare versamento dei contributi all'Inps;
- B) NO contratti collettivi “pirata”: l'appaltatore doveva applicare per tutti i lavoratori il CCNL sottoscritto da sindacati comparativamente maggiormente rappresentativi sul piano nazionale, e rispettosi dei minimi retributivi previsti dal Ministero;
- C) SICUREZZA SUL LAVORO obbligo di rispetto assoluto delle norme antinfortunistiche e obbligo – oltre che di assicurazione INAIL – anche stipulare di un'assicurazione privata (con primaria compagnia

assicuratrice italiana) per il risarcimento di tutti i danni, anche quelli non coperti dall'Inail.

Per dare effettività alle prescrizioni sopra esposte, ma anche al fine di tutelare la società che, in caso di mancato pagamento delle retribuzioni e versamento dei contributi INPS e premi INAIL da parte dell'appaltatore, potrebbe essere chiamata a pagare in prima persona (salva rivalsa verso l'appaltatore ai sensi dell'art. 29 Dlgs. 276/03) nel bando è stato anche previsto (e ripreso nel contratto) che la società non avrebbe pagato alcun corrispettivo all'appaltatore se prima non avesse ricevuto da questi la prova documentale dell'avvenuto pagamento di tutto quanto di spettanza dell'appaltatore: ovvero contributi INPS, premi INAIL, ritenute fiscali, retribuzioni ai dipendenti, pagamento premi assicurativi RC.

Selezione, predisposizione e coordinamento personale di servizio in fiera – portierato e servizi fiduciari notturni

È stata elaborata una gara di esternalizzazione e affidamento del servizio per il portierato notturno. Controllo puntuale del servizio e supervisione h 24 di quanto necessario. Assolvimento di tutte le richieste aggiuntive ricevute e ottimizzazione dei servizi quando possibile.

Progettazione e monitoraggio esecuzione del servizio di vigilanza

Strutturazione gara di appalto e successivo progetto esecutivo di servizio. Strutturazione organizzativa del servizio supervisione e coordinamento diretto nonché aumento della presenza in loco. Individuazione servizio porta valori e vigilanza cassa, coordinamento e supervisione servizio. Organizzazione dei servizi dedicati secondo quanto richiesto da particolari interlocutori, per installazioni e simili.

Progettazione e monitoraggio esecuzione servizio di biglietteria, prevendita e in loco

Riprogettazione e riduzione del servizio shuttle. Riorganizzazione di punti biglietteria e dei punti welcome desk di consegna dei braccialetti con predisposizione e organizzazione finalizzata alla distribuzione di tutti i braccialetti al primo passaggio del visitatore e non giornalmente come già nel 2017. È stata eseguita una nuova progettazione di flussi di pubblico e della gestione di accoglienza delle aree adibite.

Progettazione e monitoraggio esecuzione stage formativi e alternanza scuola lavoro

Strutturazione dei progetti di alternanza scuola lavoro e dei servizi operativi. Sono stati fatti momenti di incontro e formazione del personale docente di controllo e dei soggetti selezionati. Sono stati eseguiti momenti di motivazione del personale studentesco.

Verifiche forniture e report

Sono stati eseguiti controlli e disamine dei servizi effettuati in base a controllo costanti, e acquisizione e verifica dati. Sono state espletate le pratiche di controllo e di formalizzazione per le procedure di livello con la funzione di direttore del servizio.

Allestimenti speciali mostra

Sono stati realizzati accessori e allestimenti per le mostre espositive di carattere straordinario secondo le indicazioni dei progettisti e del gruppo di lavoro delle mostre. È stato progettato il concept integrale della mostra allestita in Fondazione Banca del Monte.

Progettazione e realizzazioni interventi stradali

Ottimizzazione di efficienza negli interventi e nella comunicazione con i residenti e con gli uffici competenti dell'Amministrazione Comunale, monitoraggio e comunicazione costante per il rispetto del calendario che ha permesso di sopperire a tutte le successive richieste non. Sono state effettuate tutte le economie possibili nel rispetto di quanto preventivato, supervisione costante della spesa per le richieste extra.

Dotazioni varie necessità festival (transenne logistica ed espositori, supporti cartellonistica ed appendimenti, furgoni, trasporto opere d'arte, realizzazioni per supporti tecnologie)

È stato effettuato l'Inventario del materiale presente, individuazione fornitori, ottimizzazione delle risorse già in essere, realizzazioni apposite.

Progettazione varchi e prevenzione antincendio

Ricezione e condivisione del progetto con le forze di pubblica sicurezza, reciproca collaborazione e supporto di realizzazione. Raggiungimento dell'efficienza nelle dinamiche di aperture e chiusure e controlli con selezione e coordinamento di società specializzata. Riprogettazione e preparazione di un nuovo progetto di gestione dell'area piazza Napoleone. Reperimento risorse, coordinamento e strutturazione squadra prevenzione incendi come da richieste e specifiche dei VVFF e del responsabile della sicurezza, attivazione percorsi di formazione e strutturazione dell'organigramma di servizio con localizzazione strategica risorse. Progettazione di una formazione esternalizzata.

2.2.4. ALLESTIMENTI AUDIO-VIDEO

Predisposte le gare d'appalto per l'individuazione dei fornitori, allo studio e progettazione degli impianti di filodiffusione e annunci, videosorveglianza a circuito chiuso nei padiglioni Carducci e Napoleone, agli allestimenti AV in padiglioni, sale incontri e location varie, in particolare, sono state allestite le seguenti location:

- Showcase Sala Tobino
- Chiesa di San Giovanni
- Auditorium Fondazione Banca del Monte
- Caffetteria di Palazzo Ducale
- Sala incontri Giovanni Ingellis
- Area Performance

- Miniature Island
- Villa Gioiosa (3 sale)
- Boardgame Studio
- The Citadel
- Lucca Junior (sala incontri, area teatro, sale dedicate a workshop e laboratori, mostre espositive)
- Japan Town, sale interne e palco Japan Stage
- Area Movie
- Mostre Espositive
 - Palazzo Ducale
 - Fondazione Banca del Monte di Lucca
 - Palazzo Arnolfini
- Sala proiezioni San Girolamo
- Loggiato Pretorio
- Sala Arcivescovado
- Sala incontri Zecca di Lucca
- Sala dell'Oro Camera di Commercio
- Press Café Camera di Commercio
- Area performance Comics, piazza Napoleone
- tutte le inaugurazioni (mostre, Festival...) e celebrazioni durante il festival



2.3. SVILUPPO GRAFICO E IMMAGINE CORPORATE



2.3.1. L'IMMAGINE CORPORATE

Supervisione del marchio aziendale.

Il coordinamento dell'immagine corporate aziendale (sia della Società che del Festival) realizzata e sviluppata da **Studio KM Zero** è alla base di tutti i processi di sviluppo grafico, siano essi BtoB o BtoC (inteso come advertising). Su tale processo si basa la realizzazione dei materiali più vari prodotti da e per l'Azienda per gli utilizzi più disparati, dalla cartellonistica di fiera in loco alle inserzioni per le parti terze, siano esse cartacee o digitali. Partendo da questo ecosistema di marchi e segni sono state realizzate le nuove serigrafie e le archigrafie per la sede di Lucca Crea. Le archigrafie incorporano ai marchi aziendali i 5 valori di Lucca Comics & Games, definitivamente diventati valori aziendali di Lucca Crea.



I nostri Valori, un messaggio condiviso nei nostri spazi aziendali

2.3.2. IL MANIFESTO DAGLI INFINITI MULTIPLI E IL CLAIM DELL'EDIZIONE 2018

LRNZ (al secolo Lorenzo Ceccotti) è l'autore del manifesto 2018 o, più correttamente, dei manifesti 2018. Per la prima volta al mondo infatti, tramite un algoritmo, le varie parti del manifesto disegnate da LRNZ vengono assemblate per generare un numero quasi infinito di varianti. Le immagini prodotte in questo modo potevano essere scaricate da ogni utente iscritto al sito, così da offrire ad ogni potenziale visitatore il proprio manifesto personale. La variabilità dell'immagine ha permesso inoltre di produrre numerosi elaborati differenti, sia fisici che per la comunicazione web:



- 2.500 poster
- 2.500 locandine
- 1.000 locandine in tiratura limitata su carta HQ per il firmacopie di LRNZ alle Mostre di Palazzo Ducale
- 1.000 cartelle stampa
- 900 artbook con sovraccoperta
- 132 cover del program book
- 34 cartoline
- Oltre 150 pannelli segnaletici e di programma del Festival



2.3.3. MATERIALI B2B

Presentazioni e proposte di partecipazione

Nel 2018 sono stati realizzati complessivamente 60 differenti documenti di vario tipo con lo scopo di presentare il Festival ai possibili partner, ricerca di sponsorizzazione, invitare artisti, proporre mostre o attività tematiche di vario genere. Sotto sono riportati alcuni dei documenti prodotti per tali necessità

Per partner ed espositori:

- Presentazione Engagement sulle attività e gli spazi disponibili in fiera
- Proposta sponsorizzazione Unicoop Firenze
- Proposta mostra Ferrari
- Proposta progetto Dampyr
- 20 anni Area Performance
- Progetto per il 4 novembre

Per le attività specifiche legate ad un autore:

- Proposta per la realizzazione del Promotional Poster
- Proposta partecipazione Mike Mignola
- Proposta partecipazione Neil Gaiman
- Proposta CD Project Red

2.3.4. MATERIALI B2C**Materiali informativi per le attività del Festival**

Anche per l'edizione 2018 è stata realizzata la brochure informativa per il premio Gioco dell'Anno e Gioco di Ruolo dell'Anno, aggiornata dei titoli vincitori e delle date del tour italiano.

Bandi per l'iscrizione ai concorsi organizzati dal Festival

Come supporto alle attività concorsuali proposte da Lucca Comics & Games abbiamo ideato ed impaginato i bandi di iscrizione per tutti i principali contest del Festival fra cui:

- Premio Gran Guinigi
- Gioco Inedito
- Project Contest
- Concorso Lucca Junior
- Mangaka Contest

Sono stati realizzati tutti i materiali di ausilio quali schemi e timeline per l'iscrizione ai relativi concorsi.

I nuovi backdrop con il pattern di Lucca

Nel percorso di rafforzamento della coerenza visiva del Festival, per il primo anno, è stato realizzato un pattern modulare ad hoc, che presenta, insieme al logo annuale di Lucca Comics & Games in due differenti declinazioni, due fasce specifiche per il Main Sponsor e per gli Sponsor. Con tale pattern sono stati realizzati i pannelli delle principali sale incontri e sale stampa del Festival, nel dettaglio:

- Le due sale stampa di Camera di Commercio
- Sala Tobino Showcase
- Sala San Francesco
- Sala Agorà Area Pro
- Sala Incontri Junior
- Sala Acivescovado
- Sala Fondazione Banca del Monte di Lucca
- Sala Bit District Zecca
- Sala Caffetteria



Materiali allestitivi

Per supportare la presenza di Lucca Comics & Games presso altri eventi e manifestazioni di settore e per promuoverne le attività abbiamo realizzato backdrop, cartoline, poster e pannellistica varia. Le principali manifestazioni a cui si è partecipato:

- Salone del Libro di Torino (Torino)
- Play (Modena)
- Comicon (Napoli)
- Etna Comics (Catania)
- Ludicomix (Empoli)
- Fete de la BD (Bruxelles)

2.3.5. PROGETTI IN PARTNERSHIP

Kamila Design (il merchandising ufficiale di Lucca C&G)

Per integrare il progetto di stampa multi soggetto e ottenere la maggiore differenziazione possibile fra i gadget ufficiali sono stati selezionati poster appositi per:

- 300 teli mare
- 1000 poster dedicati a tiratura limitata
- 150 sacche



Poste Italiane

Anche quest'anno sono stati realizzati con poste gli annulli postali. Cinque diverse immagini, una per ogni giorno del Festival, anche nel 2018 si è dedicato ognuno dei timbri ad uno dei 5 valori di Lucca Comics & Games.



Antica Zecca di Lucca

Come sempre la Zecca di Lucca collabora con un conio celebrativo speciale a tiratura limitata che riproduce il marchio e l'immagine dell'edizione e le targhe per i premi.

2.3.6. REALIZZAZIONE DEL FESTIVAL 2018

Gare e indagini di mercato

Per l'edizione 2018 si è proceduto principalmente tramite indagine di mercato, unica eccezione per la gara triennale per i padiglioni monografici, svoltasi lo scorso anno e quindi giunta al secondo anno.

Fornitori

Per la parte grafico-allestitiva si è lavorato con quattro fornitori, nello specifico con forniture così suddivise:

- monografici – stampa e allestimento
- pannellistica – stampa e consegna
- tipografia – stampa e consegna
- allestimenti sale incontri – stampa e allestimento

Level Up

Con il nuovo progetto di bigliettazione speciale con speciali benefit sono stati realizzati gadget esclusivi e materiali dedicati, nello specifico:

- portabadge in pelle con logo 2018, silhouette, foto e nome dell'acquirente realizzati dall'artista Gabriele Stazi.
- ad ognuno dei Level Up è stato assegnato un manifesto speciale, lo stesso manifesto è stato stampato su poster a tiratura limitata con personalizzazione (nome del Level Up) ed è stato utilizzato per la cover dell'artbook dedicato, entrambi gli oggetti erano contenuti nella speciale bag realizzata e omaggiata ai soli acquirenti Level Up. Nelle due aree dedicate sono stati installati, con finalità di arredo, pannelli di dimensione 2x2 metri con foto di location e autori protagonisti delle ultime edizioni del Festival.

Padiglioni monografici

Nonostante le difficoltà incontrate a causa del maltempo e del **vento eccezionale del giorno 29 ottobre**, (che ha causato danni per oltre 20.000 euro), grazie anche alle garanzie inserite nel bando di gara, si è riusciti a completare in tempo tutti gli allestimenti, anche laddove sia stato necessario intervenire più volte o realizzare piccole riparazioni in loco sui teli danneggiati dal vento. Per gli allestimenti dei grandi padiglioni brandizzati sono state predisposte fino a tre squadre al lavoro simultaneamente per coprire la realizzazione di 10 padiglioni monografici, per un totale di oltre 2.300 metri quadri di banner stampati e 9 giorni complessivi di lavorazione in allestimento.

Segnaletica stradale

Per quanto riguarda la segnaletica stradale di ausilio al Festival, per l'edizione 2018 sono stati realizzati oltre 550 cartelli "freccia" per un totale di circa 150 metri quadri di polionda, posizionati dentro e fuori dalle Mura Urbane da due squadre di allestitori del personale logistico di Lucca Comics & Games.

Pannellistica informativa (programmi, calendari e backdrop)

Sono stati prodotti complessivamente oltre 300 diversi pannelli per la segnalazione degli eventi e delle attività del Festival dislocati in oltre 45 differenti location fuori e dentro le Mura Urbane, per un totale di oltre 600 metri quadri di materiale stampato.

Banner ADV

Per l'edizione 2018, fra grande e piccolo formato, sono stati stampati complessivamente oltre **180 differenti** banner in PVC ed in rete mesh, per un totale di oltre **800 metri** quadrati. Solo per l'area Palco di Lucca Comics & Games sono stati stampati **300 metri quadrati** di rete mesh microforata.

Adesivi e vinili

Utilizzati per la segnaletica alle porte dei padiglioni e per particolari allestimenti, sono stati realizzati in tutto circa 70 tipologie di adesivi differenti, per un totale di circa 250 metri quadri di materiale.

Cataloghi

Sono stati realizzati due differenti cataloghi, uno per la mostra di Lucca Junior, con una tiratura di 200 copie, mentre il team grafico dedicato alle Mostre Espositive si è occupato dell'Artbook 2018 (catalogo generale delle mostre), per una tiratura di 900 copie.

Cartaceo di piccolo formato

Sono stati realizzati i più disparati materiali, sia con funzione di invito per le attività del Festival, sia di ausilio alla logistica ed ai visitatori di Lucca Comics & Games. Nello specifico:

- poster
- locandine
- 7 differenti tipologie di invito
- cartoline celebrative
- 2 mappe per gli accessi alla città nei giorni del Festival
- 2 diverse tipologie di attestato
- 50 mappe percorso di accesso per gli allestitori/espositori
- 50 tipologie differenti di cartoncino accesso città e parcheggio per i mezzi degli allestitori/espositori
- oltre 600 cartoncini con i nomi dei singoli stand per l'identificazione degli spazi da parte degli espositori



Program Book (programma generale del Festival)

Volume cartaceo stampato in 60.000 copie, distribuzione gratuita, composto da 64 pagine (copertina esclusa).

Le mappe del Festival

Sono stati stampati complessivamente 150.000 pieghevoli mappe in formato cartaceo 67x47 fronte retro. Il prodotto contiene da un lato la mappa complessiva della città con tutti gli spazi e attività del Festival, dall'altro i singoli spazi espositivi divisi per location, ed è anch'esso in distribuzione gratuita.



Il volume-targa per la serata di premiazione

La prosecuzione del progetto iniziato nel 2017 prevede la realizzazione di un volume da disegno o da scrittura, rifinito in copertina con sovrastampa in oro e la dizione "GRAZIE". Vuole essere in tutto e per tutto una targa per ringraziare gli ospiti, ma anche un supporto creativo per nuovi personaggi e nuove storie. All'interno vi sono elencati i valori di Lucca Crea.

Immagini per il web

Per l'edizione 2018, al netto di un iniziale confronto sulla linea grafica da utilizzare, la maggior parte delle immagini per il web ed i social sono state realizzate dal team dedicato. Sono state realizzate tutte le skin delle pagine ufficiale e della newsletter.

Materiali di ausilio al sito ufficiale del Festival

30 differenti mappe dei singoli padiglioni espositivi e generale della città da scaricare per i visitatori.

Schemi per gli allestimenti

Sono stati prodotti circa 80 diversi schemi di ausilio agli allestimenti dei padiglioni, esterni, interni ed a soffitto, per la dislocazione dei materiali in palazzi storici, piazze, baluardi e cortine.

Inserzioni su riviste di parti terze

Come ogni anno abbiamo realizzato 25 diverse inserzioni pubblicitarie su riviste e fumetti.



2.3.7. GLI SPONSOR

Manchette dei loghi

In continuità con il percorso iniziato lo scorso anno per migliorare la resa della fascia degli sponsor e dare visibilità ai partner principali, oltre alla griglia di riferimento per dizioni e dimensioni dei vari marchi, si è implementata la visibilità del main sponsor posizionato in testa da solo alla manchette verticale, sono state tradotte in inglese tutte le dizioni per sponsor e partnership. Nell'edizione 2018 abbiamo avuto complessivamente 40 fra partner e sponsor suddivisi nelle varie tipologie: Main Sponsor, Official Radio, Official Broadcaster, Movie Partner, Bookstore Partner, Institutional Sponsor, Media Partner, Sponsor, Partner, Web Partner, Special Partner, Technical Partner, Institutional Partner.

2.3.8. SUPPORTO AGLI ESPOSITORI E AI PARTNER

Capita sempre più frequentemente che alcuni espositori o partner ci chiedano supporto progettuale, di stampa e installazione dei propri materiali ADV su padiglioni o palazzi dove si terranno le loro attività durante i giorni del Festival. Questi casi si differenziano da quelli precedentemente esposti perché, in questo caso, forniamo vero e proprio contributo progettuale sia in fase di ideazione che di installazione per la maggiore conoscenza delle location e delle possibili soluzioni applicabili.

Intesa Sanpaolo

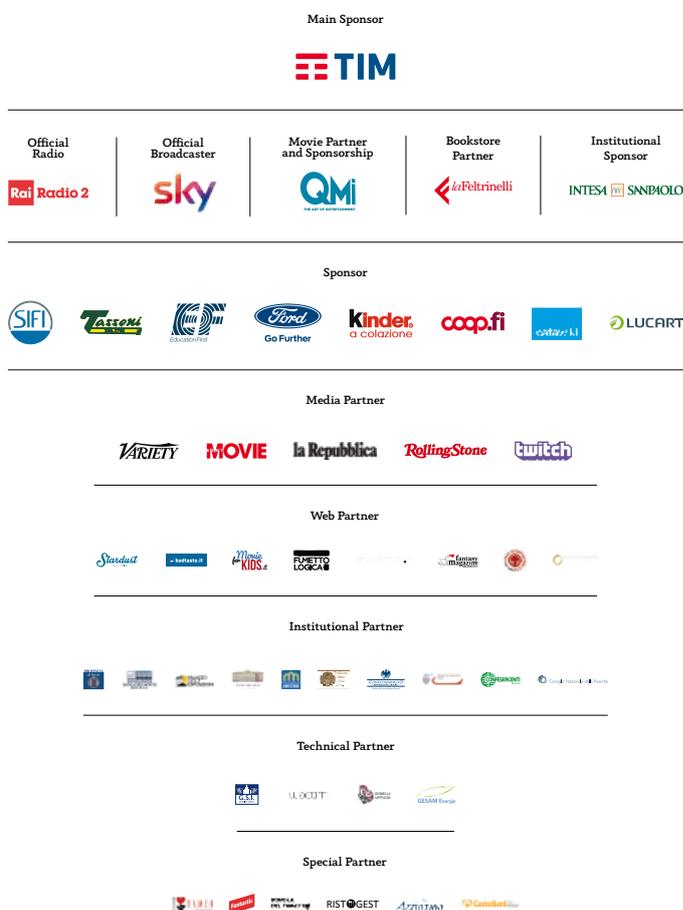
Ideazione e realizzazione dell'allestimento a parete per lo stand di fronte alla filiale di Piazza San Michele.

La Repubblica – Robinson

Sviluppo dell'allestimento interno ed esterno alla Chiesa di San Giovanni.

Progaming – ESL Arena

Per Progaming in Piazza San Romano e Auditorium San Romano sono stati curati sia del progetto per gli allestimenti esterni sia dell'installazione.



Catawiki

Supporto nella progettazione per brandizzare ed allestire le due Area Performance del padiglione Carducci e del padiglione Napoleone.

Star Comics

Supporto per allestimento banner sul padiglione monografico in Piazza San Giovanni, ribattezzata per l'occasione Piazza Star Comics.

Feltrinelli

Con Feltrinelli la partnership si sviluppa anche nella realizzazione di alcuni materiali a tema Lucca Comics & Games per i principali store in tutta Italia, in particolare allestimenti cartacei per i tavoli poli merceologici quali gonnelle brandizzate e locandine.

2.3.9. RECUPERO E RICONSEGNA

Come ogni anno questo ci siamo occupati anche dei disallestimenti e della eventuale riconsegna dei vari materiali alle aziende proprietarie che volessero recuperare banner e pannelli. Durante la fase di smontaggio erano presenti sul campo 2 squadre della logistica di Lucca Comics & Games e 5 squadre dei diversi fornitori, per un totale di 20 persone impegnate nel recupero di tutti i materiali. Le operazioni sono state portate a termine complessivamente in 3 giorni. Sono stati rispediti tutti i materiali ai rispettivi proprietari entro la prima settimana dal termine del Festival.

*2.3.10. ALTRI PROGETTI 2018***Collezionando 2018**

Nei giorni 24 e 25 marzo presso il Polo Fiere di Lucca si è tenuta la terza edizione di Collezionando – Mostra Mercato del Fumetto. Sono state realizzate quattro differenti mostre espositive e, per la prima volta, un poster in versione variant stampato in tiratura limitata. Per la rassegna sono stati sviluppati layout per:

- manifesti verticali
- manifesti orizzontali
- segnaletica esterna ed interna al Polo Fiere
- fondali
- totem informativi
- inviti
- targhe premio
- attestati di partecipazione
- inserzioni
- cover e colophon mostre

Collezionando 2019

Durante l'edizione 2018 di Lucca Comics & Games abbiamo presentato il manifesto per l'edizione 2019 di Collezionando ad opera di Francesco Natali e Antonio Tregnaghi.

Salone del Libro di Torino

A maggio abbiamo presenziato al Salone del Libro di Torino con uno stand dedicato interamente ai premi che il Festival dedica al Fumetto e al Gioco. Oltre allo stand la partecipazione di Lucca Crea ha visto la realizzazione di numerosi incontri e attività con autori, è stato inoltre presentato in questa occasione il manifesto per l'edizione 2018 con la presenza di LRNZ. All'interno dello stand è stata allestita anche una piccola personale di Federico Bertolucci.

Lucca Polo Fiere

Per il Polo Fiere si è realizzata una grande insegna sulla facciata lato autostradale con tre grandi loghi dipinti in bianco su rosso. Sono stati realizzati i flyer con il programma delle fiere, ne sono state realizzate due tipologie con le fiere dei primi sei mesi e dei secondi sei mesi dell'anno. E' in fase avanzata il progetto di brandizzazione del quartiere espositivo con pannellistica di indicazione nelle immediate vicinanze del Polo e con segnaletica luminosa ai due ingressi, lato parcheggio pubblico e ingresso espositori.





Tavola rotonda sulla scuola con Zerocalcare

3. LA PROGRAMMAZIONE

3.1. IL POLO FIERE

3.1.1. INTRODUZIONE

La gestione del Polo Fiere affidata a Lucca Crea ha dato slancio alla struttura, creando nuove opportunità che hanno portato a una implementazione delle manifestazioni svoltesi e a una conferma di quelle già realizzate negli anni precedenti. Il gruppo di lavoro si è posto per il 2018 degli obiettivi importanti che sono stati raggiunti e che hanno veicolato positivamente l'immagine e il valore del Polo Fiere.

Comunicare alla città la presenza di un Polo Fiere che vive in stretta relazione con il territorio e che ha un ricco programma di eventi unici e prestigiosi e cambiare il sentiment della città verso il polo fiere in maniera positiva. E' stato redatto un piano di comunicazione per definire, descrivere e pianificare pubblico, strategie, obiettivi, attività e scadenze che ha portato alla produzione di oltre 30 comunicati stampa e una rassegna stampa complessiva di circa **2.000 pagine** con particolari riscontri su **ColleZIONando**, **Lucca VeganFest** e **l'Università di Pisa**, eventi che



hanno avuto un'ottima visibilità a livello regionale e non solo. La modalità adottata ha dimostrato l'efficacia dell'approccio che sarà replicato anche nel 2019. Contestualmente si è migliorata la visibilità del Polo Fiere e degli eventi sul web e sui mezzi social. Nell'ultimo anno la pagina Facebook del Polo Fiere, creata da poco e quindi piccola, ha avuto comunque una crescita lenta ma costante a fronte di 2.470 fan, negli ultimi 28 giorni dell'anno la pagina ha avuto una copertura di 49.500 persone.

Incrementare la quota di manifestazioni direttamente organizzate che ha portato alla produzione di Lucca VeganFest, che vedrà una seconda edizione nel 2019.

Attirare a Lucca nuove manifestazioni ed eventi che presidino settori attrattivi e siano punti di riferimento per il mercato come è stato per il Festival dell'Edilizia Leggera che si è svolto a marzo riservato agli operatori professionali del settore. Punto di forza è sicuramente la capacità di assicurare e garantire una gamma completa di servizi altamente qualificati, in grado di supportare al meglio la realizzazione di una fiera organizzata da terzi o la realizzazione di eventi, garantendo l'ottimizzazione dei tempi di lavoro, efficaci e tempestive risposte ad ogni problema organizzativo e logistico ed un'adeguata visibilità dell'azienda tramite azioni di comunicazione sul territorio, sui media e on-line che supportano attivamente le singole iniziative.



L'attività si è molto concentrata sull'attivazione di **processi di formazione** - in coordinamento con l'Assessorato alle Politiche Formative del Comune di Lucca e all'Istituto Scolastico Provinciale di Lucca e Massa, ottenendo il patrocinio del MIUR per la manifestazione Collezionando - che hanno avvicinato il mondo della scuola di ogni ordine e grado con laboratori e incontri che hanno coinvolto più di 500 studenti. A conferma di ciò l'Università di Pisa ha investito per il terzo anno consecutivo su Lucca Crea affidandole l'organizzazione dei concorsi per le facoltà ad accesso programmato con oltre 7.000 candidati e programmando anche per dicembre le selezioni per la ricerca di personale amministrativo. Più in generale, per il calendario degli eventi ci si è orientati una linea ben precisa: sono state ospitate preferibilmente manifestazioni con temi e settori merceologici non presenti nella programmazione cittadina o nella programmazione di enti fiera limitrofi che qualificano sempre di più il Polo Fiere come spazio aperto e fruibile a tutti, dove il visitatore diventa il protagonista di una esperienza pressoché unica: uno spazio senza mura e un polo magnetico di opportunità.



3.1.2. MIGLIORIE ED INVESTIMENTI

Durante il corso del 2018 Lucca Crea ha realizzato un importante piano di migliorie della struttura che ha previsto interventi duplici: riqualificazione della struttura e manutenzioni periodiche. Per la riqualificazione dello spazio sono stati messi a bilancio investimenti importanti. I più significativi sono stati i seguenti:



- rifacimento della segnaletica orizzontale, con realizzazione di apposite “zebrature” fronte scale di uscita, area carico scarico, area riservata mezzi V.V.F., aree disabili e appositi stalli rosa per le donne in stato interessante. Sono stati poi installati appositi cartelli verticali per la regolamentazione del traffico interno. Il tutto di concerto con l’RSPP Ing. Pellegrini;
- cablatura del primo piano dove ci sono due sale destinate a convegni e congressi. La struttura ha ora una **copertura wifi al 100%** per la connessione veloce ad internet;
- ripristino guaina copertura struttura, in quanto deteriorata in più zone;
- revisione e sistemazione dei magazzini della palazzina uffici;
- manutenzioni e pulizie spazi minori quali locali tecnici, torre, canale acqua, ecc...
- manutenzione specifica del verde interno al quartiere, con specifica attenzione alle alberature ad alto fusto e verifica agronomica per la sicurezza degli stessi;
- ripristino dei fari esterni ed interni al quartiere per una migliore illuminazione degli spazi.

Sono stati poi avviati i procedimenti per la valutazione economica di un progetto di brandizzazione del polo fiere e delle vie di accesso. Nello specifico, per un miglioramento della fruizione da parte degli organizzatori terzi e dei visitatori sono in fase di progettazione e realizzazione (2019) interventi di riqualificazione estetica e logistica allo scopo di migliorare l’impatto e la gradevolezza della struttura. In previsione di uno sviluppo del polo fiere quale sede di convegni e congressi, è in fase di analisi il progetto di ristrutturazione delle due sale conferenze poste al primo piano. Per quanto riguarda le manutenzioni periodiche è stata eseguita un’attenta analisi di quali fossero necessarie e quali fossero da implementare. Ad inizio anno sono state attivate tutte le procedure amministrative e sono state individuate le aziende alle quali sono state affidate le manutenzioni ordinarie (impianti antincendio, rilevazione fumi, UPS, illuminazione di emergenza, ascensore, cabina elettrica MT/BT, gruppi frigo, vigilanza quartiere) per gli anni 2018-2020.

3.1.3. EVENTI REALIZZATI AL POLO FIERE DI LUCCA NEL 2018

Nel 2018 gli eventi sono stati 12 con quasi 50.000 visitatori complessivi, per una occupazione di 119 giorni (comprensivi della fase di allestimento e di disallestimento) contro i 92 giorni del 2017, con un **incremento del 30%**. Per quanto riguarda invece la copertura su carta stampata sono stati **oltre 1800 i ritagli (+90% rispetto al 2017)**, raggiunti con oltre 30 rilasci stampa.

Esposizione Internazionale Felina

27-28 gennaio

Festival dell’Edilizia Leggera

1-2-3 marzo

Lucca Collezionando

24-25 marzo

Lucca VeganFest

14-15 aprile

Lucca Tattoo Expo

21-22 aprile

Lucca Art Fair – Fiera d'arte moderna e contemporanea

18-19-20 maggio

Università di Pisa – Selezione per l'accesso alle facoltà a numero chiuso

3-4-5-7-10-12-14 settembre

MIAC – Mostra Internazionale dell'Industria Cartaria

10-11-12 ottobre

Fiera dell'Elettronica

18-19 novembre

Università di Pisa – Concorso per personale amministrativo cat. C

3-4 dicembre

Gare di Scherma Torneo Grand Prix Kinder+Sport under 14

8-9 dicembre

Nebraska's War: Magic The Gathering e Dungeons & Dragons

13-14-15-16 dicembre





*La serata di gala, il Sindaco Alessandro Tambellini con il Sindaco di Montecarlo Vittorio Fantozzi
insieme a Leiji Matsumoto*

3.2. LUCCA COMICS & GAMES 2018



Sfida di questa edizione in questo anno di Made In Italy, da sempre in bilico fra la tradizione e l'innovazione, è stata senz'altro la volontà di **valorizzare** gli Eventi Made In Lucca, e cioè tutta quella serie di contenuti da sempre sviluppata e gestita dal Festival che guidano la dorsale della progettazione festivaliera e che spesso corrono il rischio di scomparire in mezzo alla quantità ed al colore delle migliaia di stimoli presenti nel nostro Festival Dei Festival. Nondimeno la volontà di puntare sullo sviluppo di nuove attività fortemente **transmediali**, marchio di fabbrica di Lucca Comics & Games, che hanno permesso di coinvolgere artisti ed analizzare tematiche da nuove prospettive. In terzo luogo il coinvolgimento di un **personaggio** di forte richiamo che anche quest'anno incarnasse la spinta all'inclusione dei media ed i valori del Festival. Dopo Frank Miller (2016), Robert Kirkman (2017) quest'anno è stato il turno dell'animatore ed autore di fumetti Leiji Matsumoto, il cui immaginario ha plasmato tre generazioni di fan. Non ultima lo sviluppo dell'area dedicata a bambini e famiglie, all'interno del progetto festivaliero di stimolo e formazione della **nuova generazione** di lettori e giocatori, intercettando il nuovo filone di artisti e prodotti qualificati e qualificanti legati alla tematica. Sfide che possiamo dire vinte, grazie alla sinergia con il network di consulenti culturali ed alla cooperazione con il team Comunicazione, riuscito a veicolare i contenuti su piattaforme e testate nazionali ed internazionali con risultati eccellenti. Feedback confermati dall'adesione di pubblico, in crescita rispetto la passata edizione, dalla rinnovata soddisfazione manifestata dagli artisti e dai partner istituzionali e commerciali.

Comics

Il Made In Italy del mondo fumetto non poteva che rappresentare il caleidoscopio internazionale di artisti e libri che da cinquantadue anni trova casa a Lucca, **crocevia della nona arte** in cui i maestri si incontrano e si arricchiscono l'un l'altro. Un circuito che come mole, qualità e percepito è sempre più vicino a quello dell'**editoria di varia**.



Ne è una prova l'ingresso nel mondo fumetto del marchio Feltrinelli, che apre le danze a Lucca Comics & Games con la sua presenza ed il suo stile inconfondibile nelle logiche editoriali così come nella proposta eventistica. Ne sono prova la joint venture fra Editrice il Castoro e Tunué, la rinnovata presenza di Fandango Libri - Coconino Press ed il polo Nave di Teseo-Oblomov-Baldini & Castoldi, triangolazione fra narrativa/saggistica, fumetto d'autore e romanzi/periodici a fumetti. Ormai stabile l'impatto della graphic novel con un ritorno al fumetto di realtà; è invece in crescita l'interesse editoriale nei confronti del fumetto per ragazzi. Interessante l'investimento percepito sugli artisti e sulla resa estetica degli stand. Ne esce un quadro di un settore sempre più consapevole che punta sulla qualità. Vivace lo slancio di **piccole realtà** che coinvolgono grandi maestri internazionali per progetti dal taglio autoriale, come Edizioni Inkiostro con Dave McKean; fumetto autoriale che ha visto protagonisti artisti di paesi ancora inusuali per il mercato a fumetti italiano, come la Cina e Taiwan.

Games

I mondi del gioco da tavolo si conferma il **cuore pulsante** del padiglione Carducci, la tendostruttura più grande d'Italia (oltre 9.000 mq). Tanti gli ospiti internazionali dedicati al game design ed ai grandi concorsi internazionali come il Mondiale di Pandemic che ha avuto una centralità nella programmazione delle attività del principale editore italiano Asmodee, la scelta di Lucca come sede della più importante competizione del gioco che quest'anno celebrava i 10 anni di successi ha permesso non solo di avere in anteprima la versione Deluxe per il decennale, ma anche la produzione della versione Italiana realizzata da Matt Leacock e Paolo Mori, traguardo importantissimo per la carriera del giovane gamedesigner italiano. Marcatori di questo 2018 sono i grandi successi del mondo del **gioco di ruolo, gioco da tavolo** e il rinascimento dei **libri gioco**, una vera seconda età dell'oro che vede l'Italia, e gli autori Italiani, in prima fila con oltre 36 nuove edizioni tra traduzioni e nuove produzioni, con autori come Ian Livingstone, fino ad opinion-leader come Daccò che lancia con No Lands Comics la sua linea di GdR illustrato dalla resident artist dell'area performance Melissa Spandri.



Fantasy

Continua a **crescere** Luk for Fantasy, la grande area dedicata all'arte e all'editoria fantasy, fantascientifica e horror. Oltre ai grandissimi maestri del fantasy presenti grandi nuovi espositori come Amazon Audible, il ritorno di editori come Multiplayer Edizioni e Fanucci, le conferme di Mondadori e del Gruppo editoriale Mauri Spagnol sono i fiori all'occhiello della narrativa del 2018, ma ancor più in crescita è tutto il settore artistico, con un comparto di artisti ospiti di primissimo livello come Todd Lockwood, portando i riflettori di tutta la comunità di artisti americani su Luk For Fantasy sempre più sede di **artisti-espositori**, infatti oltre alle conferme di Jason Engle e Steve Argyle, si sono uniti con grande successo di pubblico Peach Momoko, Cj Draden ed un nuovo progetto totalmente Made In Italy: **Immaginaria**, un collettivo di 12 artisti italiani, fra i quali Fabio Porfidia e Francesca Urbinati con oltre 500 copie vendute del loro artbook collettivo.

Videogames

Il mondo videoludico conferma di scegliere Lucca come sede per i suoi eventi **non convenzionali** come gli approfondimenti ludici realizzati con talent del mondo Comics tra le attività di maggior successo spicca l'incontro di ben quattro dei più famosi autori italiani di comics (Roberto Recchioni, Giacomo Bevilacqua, Riccardo Torti e Ausonia) allo stand Nintendo per la presentazione di Diablo III. Sempre all'insegna della crossmedialità tipica di Lucca Comics & Games, Kingdom Hearts III è stato protagonista a Villa Bottini, storica e **magnifica** location presente alla fiera, invitando i fan ad affrontare una boss battle contro il possente Titano di Hercules, il film d'animazione dei Walt Disney



Animation Studios e a scoprire il mondo 'Toy Box' tratto dal film Disney-Pixar, Toy Story, insieme a ad un ospite d'onore: Shinji Hashimoto, produttore esecutivo di Kingdom Hearts III ha incontrato il pubblico di cosplayer e tutti gli appassionati della sua saga per parlare del nuovo capitolo di una delle serie videoludiche più amate e idolatrate di sempre che uscirà a gennaio 2019. Le seguitissime produzioni italiane delle case Indy sono state protagoniste del **nuovo distretto** dedicato al videogioco: The Bit District.

Junior

Il percorso di **crescita** dell'area dedicata ai più piccoli è proseguito con alcune importanti conferme e con nuove partnership di cui la più rappresentativa è senz'altro quella con Rainbow, la factory di Iginio Straffi con sede ad Ancona: una delle principali realtà italiane di riferimento a livello **internazionale** per la produzione di prodotti televisivi e cinematografici per bambini e teenager come "Winx Club", "Regal Academy", "44 Gatti", "Maggie & Bianca". La partnership con la Fondazione Nazionale Carlo Collodi si è rafforzata nell'anno del Made in Italy per celebrare Pinocchio, una delle properties italiane più conosciute al mondo: è stato realizzato un laboratorio di costruzione LEGO a tema e attuata una politica di agevolazioni sui biglietti per chi visita sia il Parco di Pinocchio sia Lucca Comics & Games, valida per tutto il 2019. Sia il palinsesto dei laboratori che quello degli incontri con l'autore ha **valorizzato** e reso merito agli autori italiani, come Miriam Dubini, autrice recentemente scomparsa a cui è stato dedicato un tributo teatrale.

Japan

La Jap-Culture è da sempre amatissima dal pubblico italiano, che se inizialmente ne subiva solo il fascino, nel corso degli anni ha imparato a conoscerla e **rideclinarla** e farla sua. Ecco quindi che disegnatori italiani illustrano le tecniche di disegno del sol levante per far sì che gli aspiranti fumettisti italiani possano utilizzarle per dar vita ad un manga "Made in Italy" che non imiti quello originale ma che trovi una **nuova via** per esprimere la fantasia e l'estro che contraddistingue il nostro paese. L'influenza delle serie fantascientifiche negli anni 70 e come abbiano sviluppato nel pubblico italiano dell'epoca un nuovo **immaginario** sulla robotica ed i viaggi spaziali. Gli incontri con gli artisti ed i performer italiani che hanno trovato una **dimensione artistica** in Giappone, in cui il Made In Italy si impone come inventiva e efficace.



Music

Per questa edizione si è deciso di fare un ulteriore passo verso la **sperimentazione** inerente agli ambiti musicali di confine al genere legato storicamente al Festival: si è sviluppato un programma incentrato sul genere **metal** come anello di congiunzione forte con il mondo video ludico. L'esperimento è da considerarsi riuscito sia per la riuscita legata alla risposta del pubblico, sia per il ritorno mediatico avuto. Nota positiva è il successo del programma canonico pomeridiano, dove abbiamo avuto sempre un sostanziale sold out, anche con condizioni atmosferiche avverse, ed una forte ripresa degli eventi legati al Cosplay dove è doveroso segnalare un incremento della qualità dei partecipanti sia per numero che per livello dei costumi. Il tema del Festival è stato declinato attraverso delle iconiche band italiane, e dimostrando come il *Made in Italy*, si sia saputo imporre anche all'estero come i **Lacuna Coil**, che hanno festeggiato il XX Anniversario a Lucca e a Londra, e gli **Wind Rose**. Ottima la risposta del pubblico che ha gradito anche i panel dedicati ai fumetti e ai giochi in cui i musicisti hanno affrontato i temi tipici del festival dal punto di vista lirico e musicale.

Cosplay

Il cosplay è un'attività che ormai da anni valorizza la manualità, la padronanza degli strumenti e la **bravura tecnica** del fandom italiano, che dedica una grande attenzione ai dettagli dei costumi, delle maschere, delle acconciature, del makeup, dei props, dell'oggettistica. La celebrazione, insomma, di tutto il materiale scenografico atto a infondere vita ai personaggi di fantasia che ogni anno contribuiscono a colorare le strade e le piazze del centro storico lucchese, impreziosiscono il calendario degli eventi e assumono i contorni di manifesto ideale per tutta quella cultura pop di ampio respiro che arricchisce la proposta, verso l'utenza generalista e non, del più grande Festival cross-mediale d'Europa.



Movie

Prosegue il trend positivo delle passate edizioni, con la presenza dei maggiori player del settore cinematografico e televisivo italiano. Il 2018 segna la definitiva affermazione di Lucca Comics & Games come evento capace di **attrarre grandi talent**. Il programma dell'area movie è stato pieno di contenuti ed ospiti. Nonostante la vocazione internazionale di alcuni partner, in molti hanno collaborato alla realizzazione di contenuti dedicati al Made in Italy. Presente quindi oltre ad un nutrito numero di player internazionali, Netflix su tutti, un palinsesto di attività ospiti italiani, dai grandi classici in puro effetto nostalgia fino alle nuove uscite 2018-2019. Non solo grandi anteprime e proiezioni, ma anche incontri ed **approfondimenti** le figure di riferimento del settore, dagli attori fino alle figure che operano dietro le quinte come registi, sceneggiatori e coreografi.

3.2.1. I NUMERI DELLE ATTIVITÀ

Impressionante il coinvolgimento del pubblico nel palinsesto di attività organizzate, segnale della pubblico interessato e consapevole: più di **95mila** partecipanti alle attività, quasi il 15% in più del pubblico rispetto al 2017. Di questi, oltre **20mila** fan coinvolti negli incontri frontali, **12mila** nelle proiezioni cinematografiche, **38mila** fan coinvolti negli spettacoli musicali al Main Stage, **10mila** spettatori agli eventi cosplay ufficiali, **7mila** bambini e famiglie coinvolti nei laboratori kids. Dai workshop con 10 appassionati per un incontro più approfondito con i propri autori fino ai panel con più autori nelle location più ampie e prestigiose come il Teatro del Giglio e l'auditorium San Francesco con relative capacità di 650 e 550 persone, complessivamente le attività inserite nel palinsesto del Festival supera le **1550**, al quale vanno aggiunte le oltre **4mila** sessioni di autografi degli autori e le decine di migliaia di sessioni di gioco nelle **2mila** postazioni di gioco disponibili per tutti i cinque giorni del Festival. Oltre il 70% di queste attività non sono state inoltre semplici presentazioni promozionali, ma contenute di approfondimento autoriale e tematico. Ben 1551 gli eventi unici: più di 450 panel e tavole rotonde, 200 performance artistiche dal vivo, 250 seminari e workshop per giovani professionisti e 100 seminari e workshop per bambini e famiglie, per un totale di più di 2200 ore di programmazione. 19 mostre espositive e 22 format di eventi prodotti; 12 i concorsi creativi banditi dal festival; 50 parate hanno animato le strade del centro storico; 51 proiezioni cinematografiche di cui 13 anteprime e 3 anteprime mondiali. 15 spettacoli musicali, 2 produzioni teatrali ed 1 concerto orchestrale con 88 elementi. 650 libri distribuiti gratuitamente nelle scuole all'interno di progetti formativi ed 1 Guinness World Record battuto nei giorni di Festival. Fra le 78 location coinvolte ben 29 le aree e strutture architettoniche coperte di interesse monumentale che hanno ospitato le attività del Festival e dei suoi partner:

- Palazzo Ducale e Sala Tobino: le mostre e la sala Showcase,
- Chiesa dei Servi: Tavole Originali, l'area tematica dedicata ai collezionisti e la mostra di Simone Bianchi,
- Caffetteria di Palazzo Ducale: Sala incontri,
- Centro Culturale Agorà: Area Pro, l'area dedicata al talent scouting di giovani autori,
- Chiesetta Dell'Agorà: mostra espositiva legata ai 70 anni di Tex Willer,
- Complesso San Micheletto: Translation Slam, il concorso per la miglior traduzione a fumetti,
- Teatro Del Giglio: gli eventi principali del festival,
- Chiesa di San Francesco: eventi speciali,
- Giardino Degli Osservanti: Japan Town, l'area dedicata alla cultura pop giapponese,
- Oratorio di San Giuseppe: allestimento ed attività interattive della casa Editrice Bonelli,
- Chiesa di San Giovanni: panel e incontri insieme al media partner La Repubblica,
- Fondazione Banca del Monte: mostre, panel e incontri,
- Sotterraneo San Colombano: Experience dedicata al mondo de Il Trono Di Spade,
- Casermetta e Sotterraneo San Regolo: Attività interattiva legata al videogioco Heartstone,
- Casermetta San Donato: le attività del mediapartner Rai Radio 2 e sala incontri,
- Baluardo San Regolo: Umbrella Italian Division,
- Real Collegio: Lucca Junior, area dedicate alle famiglie con espositori ed eventi,
- Sotterraneo Santa Croce: Gioco di Ruolo Dal Vivo,
- Casa Del Boia: esposizioni legate ai 40 anni di Goldrake,
- Palazzo Arnolfini: Level Up area e mostra di Paul Bonner,
- Pia Casa: Level Up area,
- Piattaforma San Frediano: 501° Italica e Rebel Legion,
- Casermetta San Frediano: talent serie TV e scultura dinosauro,
- Cavallerizza: experience del mai sponsor Tim,
- Chiesa di San Romano: dedicata alle attività esports competitive,
- Casermetta San Paolino: Bandai Namco,
- Palazzo Pretorio: area Movie,
- Teatro San Girolamo: sala incontri e spettacoli,
- Villa Bottini: attività Kingdom Hearts III.

3.2.2. FORMAT E PRODUZIONI



Strategica per la dimensione festivaliera è la cura e produzione una serie di progetti ed attività mirati a sviluppare e raccontare l'**identità** della rassegna. Da sempre non si ferma all'evento frontale ma cerca di **coinvolgere** le varie tipologie di visitatore in una serie di differenti progettualità specifiche, non solo per modalità di fruizione ma anche per taglio contenutistico, diventando strumento memorabile e caratteristico sia per i visitatori che per i partner. Oltre ad una quantità di progetti **costanti** e sistematici, il Festival ogni anno produce una serie di attività uniche e specifiche "**one shot**", che vanno ad intercettare gli ultimi trend e a formalizzare il **progetto culturale** dell'edizione.

3.2.2.A. ALCUNI DEGLI EVENTI IDENTITARI DELL'EDIZIONE 2018

Vittorio Giardino: I tre tempi del destino (segnato) di Jonas Fink

Lo spettacolo per celebrare i maestri del fumetto

Per celebrare l'uscita dell'attesissima opera del Maestro Vittorio Giardino, il Festival ha realizzato un **evento-spettacolo** unico per rappresentare il mito di Jonas Fink, attraverso interviste, musica dal vivo, letture, videocontributi e performance dal vivo dell'artista, in un elegante appuntamento concluso dal calco delle mani per la Walk Of Fame di Lucca Comics & Games.

Masters Of Horror

I maestri si incontrano a Lucca

I 200 anni dalla pubblicazione di Frankenstein, volume caposaldo del genere gotico, sono l'occasione per **rinnovare** in chiave transmediale il mito della genesi del romanzo insieme a Dave McKean, Junji Ito, Ruggero

Deodato ed Alberto Dal Lago. Ispirandosi infatti a Villa Diodati, quattro maestri internazionali provenienti da media e nazioni **diverse** come l'illustrazione, la regia ed il manga si incontrano in due momenti distinti: il primo a porte chiuse in una fascinosa villa isolata, per in una riflessione privata sul presente e futuro del genere horror. Il secondo di restituzione al pubblico, in cui ogni autore condivide il suo punto di vista insieme ad un omaggio visivo, ognuno per sua competenza.

Figli di Paz!

Disseminazione digitale nel solco di Andrea Pazienza

Per i 30 anni dalla morte del talento italiano Andrea Pazienza ed in continuità con le attività sviluppate quest'anno da partner e soggetti culturali terzi, decide di celebrare l'artista non tramite la sua arte ma analizzando il suo **lascito** all'attuale panorama di artisti e graphic novelist, in un'operazione virale di videointerviste web ad alcuni dei principali autori italiani, che al Teatro Del Giglio si sono finalmente incontrati per un momento di confronto e per assistere insieme al pubblico in anteprima agli ultimi due preziosi contributi: quello del giornalista Vincenzo Mollica, amico dell'artista, e quello della madre di Andrea Pazienza, Giuliana Di Cretico. Un'operazione in collaborazione con il centro Andrea Pazienza di Cremona, l'ARFestival di Roma e l'editore Coconino-Fandango.

Matsumoto Musical Showcase

In occasione della presenza del Maestro Leiji Matsumoto a Lucca, il Festival ha coinvolto nella prestigiosa cornice del Teatro Del Giglio un **quartetto d'archi** che ha accompagnato la **performance** silenziosa dell'artista: la realizzazione di ogni personaggio è stata accompagnata dall'arrangiamento **orchestrale** dei brani più iconici tratti dagli anime del Maestro.

Il mondo degli E-Sports

Jean Alesi e la sua accademia di guida virtuale

Lucca Comics & Games diventa capitale nazionale degli E-Sports ospitando i principali tornei italiani. All'interno dell'Auditorium San Romano si conferma l'ESL Cathedral, con il prestigiosissimo torneo Italian Vodafone Esports Open by ESL ed il campionato nazionale di Quale. Nasce invece in Piazza S.Maria l'eSport Palace, con i tornei di "Fortnite", "Overwatch", "League of Legends" e "Clash of Clans", e la presenza di famosi gamer tra i quali Los Amigos e Pow3r, e iniziative per il grande E-Sport made in Italy come la "Jean Alesi eSports Academy", prima grande operazione dedicata al talent scouting per videogamer professionisti.



Jean Alesi

Lone Wolf AR

La realtà virtuale di una delle saghe più amate fa tappa a Lucca

VisionizAR, insieme a Holmgard Press e Raven Distribution, hanno presentato in anteprima assoluta di Lone Wolf AR, il primo gioco di ruolo al mondo in realtà aumentata per mobile. **Promozione** speciale per la **città** di Lucca, dove per la prima volta i giocatori potranno immergersi nell'avventura integrata in luoghi mozzafiato, e dove la saga di Lone Wolf (Lupo Solitario) dell'indimenticato Joe Dever è conosciuta e sempre amata. Un'occasione speciale per presentare un progetto sviluppato sulla creatività Made in Italy del team di sviluppo, ma basato su un motore realizzato da una dinamica ed produttiva software house internazionale.



Amazon Audible

La performance attoriale al servizio del fantasy e della fantascienza

Per la prima volta assoluta a Lucca partecipa Audible, società Amazon leader nel segmento audiolibri, podcast e serie originali, distribuiti tramite app, protagonista dell'area Luk For Fantasy con uno stand interattivo dove il pubblico può ascoltare e registrare i propri romanzi preferiti. Inoltre sono stati organizzati eventi come il **live reading** di Francesco Pannofino al Teatro del Giglio, dedicato al successo della Rowling "Animali Fantastici e dove trovarli", ed altri due importanti momenti, con le voci di Alessandro Parise e Vittorio Guerrieri che hanno permesso allo spettatore di immergersi nei suggestivi mondi di Arrakis, il pianeta di "Dune", e di Ambra.

VR Experience

La realtà virtuale come strumento di approfondimento

Lucca Comics & Games 2018 è stato l'anno dell'apertura alla **realtà virtuale**: due produzioni per le mostre del Festival, la registrazione dei principali eventi per poter riproporre al pubblico le medesime esperienze immersive della manifestazione, per un coinvolgimento emotivo ed attenzionale dello spettatore. Presente anche un ospite d'eccezione, **Dave Fogler** che ha svelato la storia di una delle navi più amate ed iconiche del cinema, il **Millennium Falcon**.



Il Progetto Dampyr @Art Lucca

Uno dei cardini di programmazione 2018 è stata l'operazione che lega il fumetto Dampyr, una delle principali IP Made In Italy alla dimensione **monumentale** di Lucca ed alla dimensione **performativa** e **charity** dell'Area Performance del Festival. Un filo rosso che comincia con Sergio Bonelli Editore, prosegue con la celebrazione dei 20 anni dell'Area Performance, fertile terreno di gioco per gli autori dell'**imaginative realism contemporaneo**, e si chiude con volontà di valorizzare la grandiosità artistica cittadina attraverso la nona arte.

Il numero 224 di Dampyr "Il santo venuto dall'Irlanda", in uscita a novembre 2018, è stato **ambientato** infatti nella città di Lucca e parla della storia di San Frediano, dalle sue origini Irlandesi all'arrivo nella cittadina toscana; il volume, oltre ai disegnatori "regolari" di Sergio Bonelli Editore, ha ospitato tavole di nove illustratori italiani (in ordine sparso: Dany Orizio, Lucio Parrillo, Paolo Barbieri, Luca Zontini, Angelo Montanini, Edvige Faini, Alberto Dal Lago, Ivan Cavini, Antonio De Luca), tutti legati all'Area Performance ed a molte altre attività nate sotto l'egida di Lucca Comics & Games. A questi nove, si è aggiunto il **tape artist No Curves**, anch'egli amico di lungo corso dell'Area Performance, che ha realizzato la variant cover del volume, cover che è stata utilizzata per l'edizione di pregio da libreria del fumetto e che è stata oggetto di un'importante **installazione** in Piazza San Martino, di fronte alla sede della Fondazione Banca del Monte di Lucca. Così, durante Lucca Comics & Games 2018 si sono tenute a battesimo tutta una serie di attività correlate a Dampyr ed alla storia ambientata nella città toscana:



- **Inaugurazione Festival e "unveiling"** dell'installazione dell'opera originale della variant cover, "Darkness Call" di NO CURVES.
- **Incontro "Dampyr a Lucca"** il 2 novembre presso Salone del Vescovado (dalle 14.00 alle 15.00)
- **Stand Dampyr presso pad. Carducci** dove gli autori delle fantastiche illustrazioni interne di Dampyr sono stati presenti per i 5 giorni del Festival e si sono resi disponibili ad autografi e piccoli sketch a tema
- **Aperitivi con i level up fan** ai quali i fan dampyriani in possesso del biglietto "Level Up" hanno potuto incontrare e scambiare due chiacchiere con gli autori ed i disegnatori dell'albo "Il Santo venuto dall'Irlanda"
- **Mostra Dampyr @rt Lucca** nel Palazzo dell'Illustrazione, presso il Palazzo delle Esposizioni della Fondazione Banca del Monte di Lucca, aperta per i 5 giorni del Festival

• **Mappa di Lucca** dedicata, dove sono stati evidenziati gli spazi interessati dalle attività a tema Dampyr ed è stato dato giusto risalto agli esercenti coinvolti nell'operazione

- **Mostra diffusa per le strade di Lucca** grazie alla quale i visitatori hanno potuto leggere il numero di Dampyr ambientato a Lucca seguendo la mappa dell'operazione, prodotta in collaborazione con Confcommercio; presso gli esercenti aderenti sono state esposte le tavole di Dampyr e le fantastiche illustrazioni realizzate dai migliori artisti fantasy italiani
- **Firmacopie presso aree Bonelli** ai quali hanno preso parte Mauro Boselli, Nicola Genzianella, Majo, Michele Cropera, Michele Rubini e NO CURVES, oltre ai **Firmacopie presso Filiale Intesa Sanpaolo** in Piazza San Michele a cui hanno partecipato Lucio Parrillo, Dany Orizio, Paolo Barbieri, Luca Zontini, Angelo Montanini, Ivan Cavini, Alberto Dal Lago e Antonio De Luca
- **Attività dal vivo per le vie della città**, in cui attori e ballerini hanno animato il centro storico di Lucca al calar della sera dei giorni 1, 2 e 4 Novembre mettendo in scena le **atmosfere** noir di Dampyr e le parti più salienti della storia "Il Santo venuto dall'Irlanda"
- **Attività dal vivo nel Palazzo dell'Illustrazione**, dove la mostra "Dampyr @rt Lucca" (presso il Palazzo delle Esposizioni della Fondazione Banca del Monte di Lucca) è stata resa interattiva dalla presenza di attori che hanno dato vita alla storia di Dampyr sorprendendo il pubblico con combattimenti e rappresentazioni dal vivo

I forti risultati di vendita, le lunghe file agli incontri, ai firmacopie e nelle piazze, l'alto numero di interazioni social sui post relativi sono riprova che l'impegno teso alla valorizzazione della città e dei suoi monumenti storici può avere riscontri di vendite sorprendenti ed avere un gradimento elevatissimo da parte del pubblico, attraverso un percorso virtuoso che ha legato soggetti come l'ente organizzatore, l'editore, gli esercenti locali e la Fondazione Banca del Monte di Lucca che ha di fatto confermato la bontà dell'idea del **sogno autoriale** calato all'interno di un **contesto storico** monumentale.

Stefano Bersola - Un viaggio d'anime

Il main stage si tinge di nostalgia e cartoni animati

Spettacolo itinerante prodotto da Lucca Crea, una passeggiata musicale unica nel mondo dei cartoni, tra sigle e cinema d'animazione per un'esperienza sorprendente e irripetibile nel suo genere, che coinvolge come guest star attori e cantanti come **Pietro Ubaldi**, **Fabrizio Mazzotta** e **Guiomar Serina**.

Il Commissario Mascherpa

Il Graphic Novel istituzionale nel palinsesto di Lucca



Il Procuratore della Repubblica di Catanzaro Nicola Gratteri e il Capo della Polizia Franco Gabrielli

La polizia di stato ha scelto il Festival per presentare al pubblico il graphic novel "La rosa d'argento", volume dedicato alle avventure del Commissario Mascherpa, alla presenza del **Capo della Polizia Franco Gabrielli** e del **Procuratore della Repubblica di Catanzaro Nicola Gratteri**, insieme agli autori Luca Scornaieni, ai testi, e il disegnatore Luca Raimondo, nota firma Bonelli. Il libro raccoglie le prime puntate dell'inchiesta del commissario, incentrata sulla 'Ndrangheta e pubblicate sulla rivista Polizia Moderna, ed il cui ricavato della vendita è stato interamente devoluto al Piano Marco Valerio per sostenere i figli dei dipendenti della Polizia di Stato affetti da gravi patologie.

3.2.2.B. I FORMAT



L'Area Performance

La creatività per la beneficenza

Il progetto sull'arte live di Lucca Comics & Games coordinato dall'associazione onlus Area Performance. Due aree distinte dove gli artisti ospiti della manifestazione mostrano al pubblico il processo creativo di un'opera, destinata ad aste a scopo benefico, che quest'anno raggiunge il traguardo dei **20 anni** di attività. In occasione di questo risultato il Festival ha realizzato diverse attività celebrative come la mostra dedicata ad alcuni dei pezzi più iconici, ed il progetto Dampyr @rt Lucca, esplorati nei capitoli dedicati. Per l'occasione le due aree sono state sviluppate in sapore **rock&roll**, con l'impiego di americane e dislivelli a comunicare il senso di spettacolo performativo, ed entrambi gli spazi sono stati arricchiti di soluzioni relax per mettere a proprio agio gli artisti secondo le logiche di cura ed attenzione all'ospite tipiche del Festival. Oltre 100 artisti hanno interagito e si sono alternati nelle due arene, confezionando oltre 150 pezzi, che oltre all'asta on-site verranno cedute in **altri momenti** durante il 2018-2019, alcuni dei quali online, grazie alla partnership con la casa d'aste digitale Catawiki; una delle attività che fanno vivere Lucca Comics & Games tutto l'anno con 2 aste realizzate durante l'anno ed una partnership promozionale volta a promuovere l'appuntamento lucchese di marzo di Collezionando. Molto attiva e dinamica la presenza del gruppo di tipografia artigianale AndType in puro stile Made In Italy, che tutti i giorni hanno mostrato le tecniche di stampa e realizzato opere in sinergia con molti degli artisti presenti. Da segnalare una **performance musicale** del gruppo spagnolo Seguridad Social e del fumettista Paco Roca, che ha divertito ed intrigato il pubblico.

I format di produzione teatrale: Voci Di Mezzo - anno quinto

Voci di mezzo è lo spettacolo prodotto da Lucca Crea che unisce le grandi voci del cinema, i classici del fantasy, la musica e l'illustrazione, tornando nella sua quinta edizione al Teatro del Giglio di Lucca.

Celebri **doppiatori** leggono e cantano dal vivo brani da “Il Signore degli Anelli”, “Harry Potter”, “Il Trono di Spade” e “La Storia Infinita”, accompagnati da un suggestivo **quintetto musicale** mentre l'illustratore Antonio De Luca ha **disegnato** in diretta, dando ulteriore corpo alle magiche suggestioni di questa serata. Lo spettacolo quest'anno si è aperto anche alla graphic novel, con il celebre “V for Vendetta”.



I Format di produzione teatrale: Le Narrazioni Teatrali di Lucca Junior

Fra i contenuti che il Festival ha prodotto direttamente, è il caso di menzionare tre spettacoli teatrali tratti da **prodotti editoriali selezionati** da Lucca Comics & Games e messi in scena dalla compagnia Coquelicot Teatro, dedicati al **target ragazzi**. Il primo è “La Storia Continua”, uno spettacolo interattivo a bivi (che strizza l'occhio ai libri-game) realizzato in occasione del 40° anniversario de “La Storia Infinita”, capolavoro di Michael Ende. Il secondo è “Che Paura”, è un omaggio ai creatori dei maggiori capolavori horror (Mary Shelley, Edgar Allan Poe, H.P. Lovecraft, Arthur Conan Doyle, Bram Stoker, Robert Louis Stevenson) riscritti da Alessandro Gatti per essere fruibili ai più piccoli. Il terzo, “Polvere Nera”, lettura teatrale con musica dal vivo, vuole essere un doveroso omaggio a Miriam Dubini, una delle penne più brillanti dell'editoria per ragazzi italiana, recentemente scomparsa.

Dopo il Festival “La Storia Continua” è stato inserito nel Festival “Domeniche a teatro” di Forte dei Marmi e “Polvere Nera” è entrato a pieno titolo nelle **proposte culturali** che Book on a Tree propone nelle scuole, rassegne, fieri e biblioteche.

I Format di produzione teatrale: Theater Graphic Novel - Kobane Calling On Stage

Produzione Lucca Crea inaugurata l'anno scorso con “Una ballata per Corto Maltese”, celebra il teatro popolare d'arte civile con la prima trasposizione del best seller di Zerocalcare **Kobane Calling**, che restituisce il senso del viaggio di un gruppo di giovani volontari partiti per Kobane, la città simbolo della resistenza curda, con l'intento di portare aiuti umanitari e raccogliere testimonianze per una cronaca alternativa della situazione siriana. Lo spettacolo ha registrato il **tutto esaurito** al Teatro Del Giglio, e le standing ovation e l'entusiasmo della stampa sono solo alcuni degli elementi che lasciano presupporre che il filone con il fumetto sia una modalità funzionale per fare **teatro contemporaneo** di qualità. L'adattamento e la regia sono del regista e drammaturgo Nicola Zavagli, premio Nastro D'Argento, e della compagnia Teatri d'Imbarco.



Le produzioni video

Da anni il Festival usa il videomaking, oltre che come strumento di comunicazione B2B e B2C, anche come vero e proprio **evento digitale**. Ogni anno viene elaborato un piano di produzione video che va dalla **distribuzione digitale** integrale o circostanziata degli eventi del Festival, ad una serie di **contenuti di approfondimento** elaborati ad hoc, la cui regia e produzione è a cura di Lucca Comics & Games, come gli innumerevoli documentari e videointerviste realizzate per i social network ufficiali.

I format di Workshop: Workshop Lucca Junior

Ben 101 sono stati i **laboratori creativi** e di disegno in programma a Lucca Junior, fra le attività più apprezzate dalla famiglie. Al loro interno si sono alternati i laboratori manuali a tema “Made in Italy” tenuti dall’Associazione Manidoro, i Topolino Junior Lab tenuti da Panini Kids, i laboratori di disegno tenuti dall’Associazione Autori di Immagini ed altri laboratori curati dagli espositori partner a tema Cars, Gatto Killer, Ghostbusters, Star Wars, Chat Noir e Ladybug, Gormiti, My Little Pony, Monster Allergy e anche al Kamishibai (il tipico teatrino di carta giapponese). E’ stato inoltre allestito un



grande spazio gioco dedicato ad attività libere e guidate di costruzione con i mattoncini LEGO e Duplo, in collaborazione con Orange Team LUG. La partecipazione, anche in questo caso, è stata ampia, attestandosi a circa 2000 presenze. Una esperienza del tutto nuova è quella dedicata ai laboratori di robotica narrativa, nati dalla sinergia con la Fondazione UIBI. Il tentativo di coniugare **cultura umanistica e tecnica** unendo i linguaggi della narrazione analogica e della programmazione informatica ha portato a realizzare una mappa interattiva tramite la quale è stato possibile navigare all’interno della graphic novel “Angelica”, ricostruendo con dei robot programmabili alcuni dei momenti salienti della storia. Sempre sul tema tecnologico, è stato molto frequentato lo spazio dedicato al VR per i più piccoli, allestito con la collaborazione di Real Games e Sciacallo Elettronico. Non poteva mancare un laboratorio e **tema ecologico**, tenuto da Coop.Fi, sponsor della manifestazione. Uno spazio didattico interattivo dedicato al progetto “Arcipelago Pulito”, e quindi alla tutela dei nostri mari tramite la corretta gestione dei rifiuti, in particolare della plastica.

I format di Workshop: gli Educational

Con la sua edizione 2018, Lucca Games Educational ha festeggiato il decennale della sezione segnando il suo record assoluto in termini numerici, con **54 seminari in programma e 582 partecipanti**. Tale crescita nei numeri non è in alcun modo andata a scapito della qualità degli incontri, apprezzati anche per questa edizione dai partecipanti come dai relatori. In linea con il tema “Made in Italy” adottato da Lucca Comics & Games per quest’anno, l’offerta dei seminari dell’edizione 2018 si è focalizzata sul coinvolgimento di relatori nazionali (ben quarantuno seminari erano tenuti da esperti italiani) e sull’esposizione di temi attuali e sentiti nel nostro paese. Questa scelta, oltre che portare ad una valorizzazione dell’opera e dell’esperienza dei nostri professionisti nel campo del gioco, dell’illustrazione, della letteratura, dell’editoria, della didattica e di tutte le discipline connesse, ha avuto anche il gradito effetto di mettere in evidenza il loro elevato livello professionale e il grado di **specializzazione** raggiunto nelle relative materie di competenza. Non sono comunque certo mancate le opportunità di confronto con gli ospiti internazionali di Lucca Comics & Games:

i seminari tenuti da autori ed artisti stranieri sono stati anche quest'anno apprezzati dai partecipanti, che hanno trovato in essi occasione di confronto con esponenti ai massimi livelli mondiali dei rispettivi settori.

I format di Workshop: Japan culture

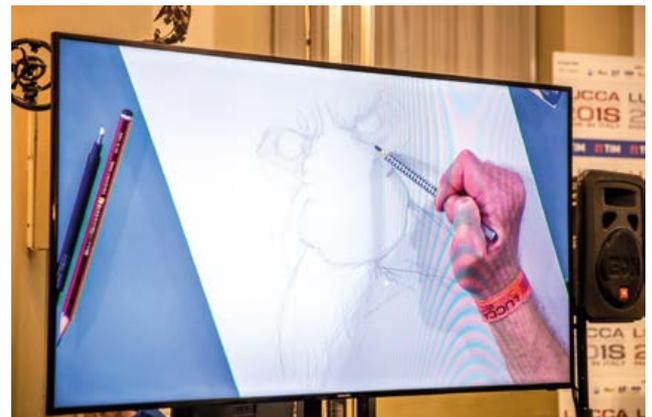
Oltre ad approfondimenti sulla colorazione Copic, il 2018 ha visto una serie di laboratori focalizzati sulla tecnica di **disegno manga** ed i suoi **stilemi**, dal disegno del viso, passando alle espressioni, i panneggi, fino ad elementi di sceneggiatura, insieme alle tecniche d'uso di inchiostri e pennini grazie al coinvolgimento di insegnanti giapponesi.

La Sala Bit District

Il mondo del videogioco e della tecnologia diventa protagonista di un vero e proprio polo tecnologico. Affianco al main sponsor Tim che ha animato la Cavallerizza, un intero padiglione dedicato ai videogiochi intitolato "The Bit District" nasce in piazzale San Donato, che con oltre 1.000 metri quadrati, è a tutti gli effetti uno dei principali padiglioni della manifestazione. Un luogo dove il mondo del videogioco è espresso nella sua dimensione più grande, con una forte apertura alla **tecnologia** e al concetto di "art & gaming", quindi in perfetta simbiosi con Lucca Comics & Games.

Gli Showcase

La formula dello Showcase è semplicissima e di grande impatto: una strumentazione di alto livello permette di riprendere nel dettaglio la **performance** dell'artista, che viene contemporaneamente intervistato. Ogni anno partecipano a questo format gli ospiti top della manifestazione, che lasciano in dono il loro sketch dedicato.



I Quizzoni

Divulgazione interattiva attraverso il formato del quiz tematico. Fan ed esperti di settore si sfidano all'ultima domanda sul loro personaggio preferito prenotandosi tramite bottoni da quiz televisivo, per un evento partecipativo che quest'anno ha coinvolto Topolino in occasione dei suoi 90 anni, Robert Kirkman creatore di The Walking Dead che ha fatto da giudice alla sfida ed i superfan dei supereroi Marvel.

I cicli di eventi: Bànghete

Il ciclo di incontri sul fumetto italiano quest'anno Made In Italy ha raccontato la storia editoriale di Don Camillo e la carriera dello storico e giornalista Mino Milani, e l'intervista a Silver, il creatore di Lupo Alberto.

I cicli di eventi: Cento di queste nuvolette

I compleanni dei protagonisti del fumetto. Quest'anno i 50 anni degli iconici Cattivik e Sturmtruppen, insieme ad i loro "cugini" che hanno fatto la storia del **fumetto umoristico italiano**.

I cicli di eventi: Comics Talks

Un occhio sulle più recenti influenze del mercato a fumetti. Autori influencer di instagram e nuove soluzioni di formato e packaging, fino alle riflessioni pubbliche sull'**identità contemporanea** del fumetto insieme agli ospiti internazionali del Festival.

I cicli di eventi: Comics & Science Week

Cigli di incontri legato al progetto CNR Comics & Science per la promozione del rapporto scienza-intrattenimento, che quest'anno ha coinvolto un eterogeneo quanto qualificato team di relatori accostando artisti come Zerocalcare al Direttore Scientifico del laboratorio internazionale giordano SESAME, Giorgio Paolucci, il primo a disporre di un acceleratore di elettroni.

I cicli di eventi: Comics & Non-Fiction

Un nuovo percorso di eventi focalizzato sul fumetto che si cimenta con la narrazione delle **realtà** e delle tematiche più vicine alla quotidianità, in un momento storico in cui cambia il modo in cui si recepiscono e percepiscono le informazioni, in cui il giornalismo trova strade e i fumetti nuovi lettori. Quest'anno una riflessione sul reportage a fumetti Salvezza, che racconta la nave Aquarius e le sue attività di soccorso ai migranti al largo della Libia, un incontro legato al racconto di viaggio nelle sue varie declinazioni dal **giornalistico** all'intimista, ed un'attività interattiva sul fenomeno della fake news.

I cicli di eventi: Match Letterari

Le **sfide letterarie** si confermano un appuntamento tra i più graditi dal pubblico di Lucca Comics & Games, un'opportunità di approfondimento sulle saghe più importanti, unito ad un contesto ludico che fa della partecipazione attiva del pubblico la chiave del successo dell'iniziativa. Una sfida senza esclusione di colpi: J.R.R. Tolkien, Isaac Asimov, Rowling, Herbert e Philip Dick a contendersi il favore del pubblico in un match all'ultimo respiro rappresentati dagli ospiti del Festival, da scrittori del calibro di Vanni Santoni, a giovani youtuber letterari come Caleel.

I cicli di eventi: Gioca con l'autore

Quest'anno il programma dedicato al mondo dei game design Made in Italy è stato ampiamente sviluppato coinvolgendo **49 game designer italiani e 3 internazionali**. Sempre maggiore anche l'interessamento delle case editrici che hanno **ospitato** l'iniziativa al proprio stand per permettere al pubblico partecipante alle sessioni di gioco di poter acquistare e farsi autografare direttamente la propria copia. Il programma di gioco organizzato ha inoltre permesso di animare la nuova area connessa all'Independence Bay, infatti parte delle sessioni si sono tenute nell'area dedicata ai tornei, facendo sì che il flusso di pubblico interessato al game-design raggiungesse il nuovo padiglione precedentemente sede della Sala Ingellis.

I cicli di eventi: Teatro e Scienza Junior

Per la prima volta a Lucca Junior si è attivato un ciclo di appuntamenti dedicati alla **divulgazione scientifica** in chiave teatrale, tenuti dall'attore e divulgatore Adrian Fartade, fondatore del canale YouTube "Link4Universe". Cinque gli appuntamenti in programma, tutti frequentatissimi, dedicati a temi come i grandi scienziati italiani, il sistema solare, all'avventura italiana nello spazio e la fine del mondo in chiave comica.

La visita delle mostre con l'autore

Un appuntamento imperdibile per tutti i fan: l'artista in mostra fa da **cicerone** all'interno del suo percorso espositivo raccontando i pezzi esposti. Ben sei i momenti dedicati, in cui il pubblico ha riempito Palazzo Ducale per vivere le mostre attraverso le parole degli autori. Nuovo modo per animare ed approfondire in maniera attiva e **partecipata** la dimensione espositiva del Festival.



Radio Animati On Stage

Approfondimento sulle sigle dei cartoni attraverso lo stile inconfondibile della radio

Le **dirette live** della web radio RadioAnimati, un'ora di diretta radio dal palco centrale per raccontare e ascoltare in versione acustica e inedita, alcuni fra i più importanti autori di musica italiana e di sigle televisive e colonne sonore, saranno i protagonisti che racconteranno in prima persona i retroscena e le curiosità della loro carriera.

Le attività nelle strade

Il centro storico diventa cornice di attività non convenzionali

88 eventi unici inseriti in calendario con attività quali Flash Mob, Trivia Quiz, Cacce al tesoro, spettacoli di animazione outdoor e Special Events patrocinati da importanti brand quali **Bandai Namco Ent, SKY Italia, Turner – Cartoon Network, Warner Bros, Disney Italia, Panini, Star Comics, Yamato, Blizzard, Capcom Europe, Square Enix-Koch Media, Red Bull**. 4 marching band ad alternarsi sulla cortina delle mura tra cui la Street Band proveniente da Treia (città in provincia di Macerata colpita dal terremoto) che è stata accolta anche dal Sindaco Alessandro Tambellini.

Le parate

le strade della città si riempiono di figuranti

50 parade con una media di 70 partecipanti in costume per sfilata con alcune delle quali si sono raggiunti picchi massimi di presenza come i **380 figuranti** per le attività dedicate al mondo di Harry Potter di Sabato 3 Novembre. Menzione speciale per il raduno Marvel di Sabato a cui ha presenziato anche la dirigenza **Disney Italia** e che ha contato ben 408 partecipanti. Foto dell'evento sono state promosse dalla stessa Marvel italia su consenso alla pubblicazione di Marvel Europe.

Lato Videogames, importanti conferme con Il raduno/sfilata "**Welcome To Blizzard World**" a cura di Overwatch Cosplay Italia, Casual Gamers Team e promossa da Blizzard Entertainment che ha visto un'apparizione anche sul palco di Lucca Comics & Games dei migliori costumi legati alla nuova



fatica videoludica sviluppata dalla famosa Game Developer statunitense e nuove interessanti collaborazioni come quella con VisionizAR, insieme a Holmgard Press e Raven Distribution per la nuova APP di Augmented Reality, **Lone Wolf AR**. La community di **Kingdom Hearts** e **Final Fantasy** (60 figuranti) ha invece presenziato all'attività di Koch Media presso l'auditorium San Francesco e che ha visto come guest of honor, il Brand Producer di Square Enix, **Shinji Hashimoto**.



3.2.3. AUTORI E PROGETTI



Un impressionante parterre du roi composto da **221 creativi** legati ai mondi del fumetto, del gioco, della narrativa, dell'illustrazione, del videogioco, del cinema e dell'animazione, di cui ben 83 internazionali. Questo il numero degli autori **attivamente coinvolti** nelle attività di programmazione del Festival.

Gli ospiti Comics

Anche quest'anno le innumerevoli **incarnazioni** del fumetto trovano spazio a Lucca Comics & Games.

Ben 84 gli autori di fumetto fra sceneggiatori, disegnatori ed autori unici, di cui 42 internazionali, a rappresentare la qualità e la varietà di contenuti e stili, dai più recenti autori di bestseller fino ai grandi maestri, all'insegna della Scoperta di nuovi libri e la Gratitude nei confronti dei grandi artisti. Forte ovviamente il coinvolgimento dei talenti italiani, da Vittorio Giardino a Gipi, da Zerocalcare a Sara Colaone, coinvolti e celebrati in approfondimenti tematici. Molte le presenze dall'estero, in particolare dagli USA: grande rappresentanza del **new indie** americano, con Charles Forsman, Nick Drnaso e Jason Shiga, e degli storici autori **supereroistici** come Neal Adams, Art Adams e Walt Simonson. Da menzionare la presenza del redattore capo della Marvel, CB Cebulski, coinvolto a Lucca anche per il **talent scouting** di nuovi artisti italiani, il gradito ritorno di Robert Kirkman, il creatore del fenomeno Walking Dead, uno dei super-ospiti della passata edizione, e la presenza del **multiforme** artista inglese Dave McKean. Dalla Francia invece esponenti della bd autoriale, come Jérémie Moreau, o della reinterpretazione di gusto **franco-belga** del mito di Conan, con Jean-David Morvan e Ronan Toulhoat. Forte anche quest'anno il fumetto giapponese nella sua accezione più pop, con Mikio Ikemoto, al fumetto horror autoriale (Junji Ito), senza considerare ovviamente il maestro Leiji Matsumoto.

Gli ospiti Games

Oltre al lavoro specifico fatto per valorizzare il **Game Design italiano**, Lucca Comics & Games rimane un'occasione per incontrare grandi ospiti da tutto il mondo. Sempre più case editrici portano autori,

quest'anno dV Giochi, partner storico del Festival per i progetti di talent scouting, ha portato il Game designer/Illustratore Ryan Laukat, Hasbro ha portato a Lucca i principali creative designer delle loro linee di collectibles legate al mondo Star Wars e Transformer. Un focus specifico è stato sviluppato su Lex Arcana e la **rinascita** della storica casa editrice Quality Games, Andrea Angiolino e Francesco Nepitello sono stati infatti protagonisti di un percorso lungo tutti e 5 i giorni che sviluppasse non solo la promozione di questo grande successo Kickstarter totalmente Made in Italy, ma anche un'esamina del percorso del mondo GdsR di questi ultimi 25 anni.

Gli ospiti Videogames

L'ospite videoludico principale del Festival è stato Shinji Hashimoto, producer di Kingdom Hearts, e figura apicale di Square Enix; la valorizzazione dei grandi brand cross mediali è evidente anche nei negli altri grandi ospiti legati al mondo videoludico, il direttore degli sviluppatori del Videogioco di Marvel's Spider Man, Christian Cameron, ha incontrato il pubblico insieme al fumettista della medesima IP, e per presentare al grande pubblico lo stato dell'arte del mondo E-Sport italiano è intervenuta una celebrità del mondo **automobilistico** come Jean Alesi, infatti il pilota ferrarista ha aperto quest'anno la prima scuderia per E-Sport a Torino, primo caso italiano di coaching a 360° per il mondo videoludico.



Gli ospiti Fantasy

Il mondo Luk For Fantasy continua il suo percorso di crescita con ospiti di primo livello come l'autrice Robin Hobb, che sceglie l'Italia per una delle sue ultime trasferte internazionali, Micheal Sullivan, ci ha guidato alla riscoperta dei grandi successi della narrativa della scuola americana della TSR. Tanti gli autori italiani sono stati invitati sia i classici best selling come Licia Troisi, ma riuscendo a coinvolgerla anche in ruoli particolari come fare da relatrice al panel con Umberto Guidoni e Leiji Matsumoto; sia nomi dei mondi affini al Festival per valorizzare uscite editoriali od artistiche dei nostri ospiti, come il regista

Ivan Cotroneo e l'attore Marco D'Amore che hanno introdotto il romanzo di Manlio Castagna, oppure il cantautore Francesco Motta che è stato protagonista di un'intervista doppia con l'artista Matteo Berton.

Gli ospiti Junior

Cresce il numero degli ospiti legati a Lucca Junior, sia italiani che internazionali come **Benjamin Lacombe**, illustratore coinvolto grazie alla collaborazione con Rizzoli Ragazzi che ha avuto un gran successo di pubblico riscontrando il tutto esaurito negli appuntamenti che lo hanno visto protagonista. Victoria Jamieson, astro nascente della graphic novel per l'adolescenza è stata protagonista di incontri nelle scuole e in fiera, e anche di un'apparizione sul Main Stage insieme alle skater del Roller Derby Italia per promuovere il suo nuovo libro dedicato appunto ad una Roller Girl. **Roger Olmos**, autore spagnolo in mostra a Lucca Comics & Games nel 2016, è tornato a Lucca per incontrare i bambini e i genitori tutti i giorni nei laboratori di #logosedizioni. A difendere la narrativa Made in Italy **Davide Morosinotto**, autore pluripremiato e prolifico tradotto in oltre 14 lingue, **Guido Sgardoli**, premio Andersen autore di più di 80 titoli, **Daniele Nicastro**, **Daniele Aristarco**, **Barbara Cantini**, **Luca Perri**, **Cecilia Randall**, **GUD** e molti altri. A completare il palinsesto, i volti che più incarnano la crossmedialità: **Adrian Fartade**, attore, autore e divulgatore scientifico, Paola Caterina D'Arienzo, attrice della Melevisione e volto del romanzo "Supergatta" e **Fiore Manni**, conduttrice su Super! alle prese con il suo primo romanzo fantasy per ragazzi. Una menzione speciale a **Iginio Straffi**, fondatore di Rainbow intervenuto in occasione della premiere mondiale di "44 Gatti" e della serata di premiazione di Lucca Comics & Games.

Gli ospiti Japan

Anche quest'anno il parco ospiti del Japan Town rispecchia i cortocircuiti culturali che splendidamente coesistono in Giappone. A partire da **Leiji Matsumoto**, il Maestro che ha creato mondi fantastici con i manga, gli anime, ma anche con il merchandising che hanno celebrato il suo immaginario. **Yoshiyasu Tamura**, mangaka, disegnatore e pittore che lavora anche con la Francia. **Nobuaki Tomita** la stilista e divulgatrice di storia, cultura e moda del kimono. Oltre a mostre, training e conferenze in Giappone, America e Cina. Per poi passare alle incarnazioni del filone del 3d e delle statue, con **Kengo**, l'artista giapponese creatore di eccezionali statue tratte dai principali ip di anime e manga, che a Lucca ha illustrato le varie fasi e i segreti per creare una figure, ed **Emiliano Santalucia**, il talento italiano alla corte del Sol Levante. il designer di toys che ha creato design per centinaia di prodotti di famosi brand tra i quali: "Transformers", "Star Wars", "Masters of The Universe", "Iron Man", "Mazinger Z" e collaborato ai concept degli ultimi quattro film dei "Transformers".

Gli ospiti Music

Edizione all'insegna della contaminazione quella messa in scena sul Main Stage di Lucca Comics & Games, con una serie di protagonisti eterogenei e vulcanici. A cominciare dai **Lacuna Coil**, talento italiano di caratura internazionale, che ha anche partecipato ad eventi legati alla dimensione ludica e narrativa del Festival. **Stefano Bersola**, giovane talento italiano protagonista dello spettacolo sulle sigle dei cartoni Un Viaggio D'Anime insieme a Pietro Ubaldi. **I Nanowor Of Steel**, gruppo heavy metal dall'alto tasso di ironia che parodizza i più conosciuti fenomeni della cultura pop, e il pluripremiato rapper **Gué Pequeno**. E ancora **Ruggero dei Timidi**, comico e cantante che diventa anche personaggio a fumetti, i **Wind Rose**, la band power metal che per melodie e costuming si ispira ai Nani di JRR Tolkien. Grande attenzione quest'anno

alla collusione fra i media, che ha portato i grandi protagonisti della musica a confrontarsi con la propria dimensione di appassionati dei mondi del Festival. Ecco quindi il comico e performer Ruggero Dei Timidi raccontare la propria passione per il mondo dei fumetti (di cui Ruggero è anche diventato personaggio) nella splendida Chiesa di San Giovanni, Gli Stati Sociali hanno spiegato al pubblico e ai giornalisti di La Repubblica la graphic novel di cui sono stati sceneggiatori, mentre i Lacuna Coil, amanti del gaming, hanno provato insieme al pubblico il meglio dei giochi da tavolo.

Gli ospiti Movie

Una selezione dei protagonisti del cinema internazionale si ritrovano a Lucca per incontrare il pubblico: oltre 31 talent. Non solo attori pop, ma anche registi, sceneggiatori e professionisti legati al mondo del cinema, del fumetto, della fantasia e del fumetto che approfondiscono con il pubblico il sogno autoriale ed il dietro le quinte di film e serie tv. **Diego Luna** e **Michael Peña**, i due protagonisti del popolarissimo *Narcos*: Messico, ma anche talenti drammatici che vantano collaborazioni con Alfonso Cuarón (Luna) Oliver Stone (Pena), che hanno incontrato il pubblico nell'Auditorium San Francesco. **Sibel Kekilli**, Shae della serie tv cult



Michael Peña e Diego Luna, protagonisti della serie Narcos

Game of Thrones che ha incontrato il pubblico nell'Auditorium San Francesco; **Paul Harris**, il coreografo della saga di Harry Potter e di *Animali Fantastici e Dove Trovarli*, che ha tenuto una masterclass sul Main Stage. Il regista **Paolo Virzì**, che ha presentato il cult *Ovosodo* e il suo ultimo film *Notti Magiche*, inoltre realizzato degli sketch live presso l'Area Performance. **Marco D'Amore**, l'attore di *Gomorra* che ha tenuto una masterclass al cinema Astra. **Enrica Guidi**, **Lucia Mascino** e **Marco Malvaldi**; Le due attrici e l'autore del libro hanno incontrato i fan de *I Delitti del Barlume*. **Gipi**, **Domenico Procacci**, **Gero Arnone**, **Davide Barbafiera**, **Francesco Daniele**; il regista, il produttore e il cast hanno presentato l'anteprima italiana de *Il Ragazzo più Felice del Mondo*. Il regista **Fabio Guaglione** ha presentato *Mad Max: Fury Road* e *Ride* il suo ultimo lavoro da produttore. Lo sceneggiatore **Nicola Guaglianone**, autore de *Lo Chiamavano Jeeg Robot*, ha incontrato il pubblico al Cinema Centrale. Da segnalare anche la presenza del famoso rapper **Salmo**, coinvolto attivamente nel progetto experience di Netflix su *Narcos*, che si è trasformato in attore ed ha coinvolto il pubblico.

Gli ospiti Cosplay

I 3 ospiti seguiti direttamente da questa sezione (Yuriko Tiger, Leon Chiro e Gianni Giuliano) sono stati, durante la 5 giorni, i perfetti esempi di quanto il Cosplay e le Fandom Community italiane riescono a farsi notare in chiave positiva e/o propositiva, all'interno del panorama artistico e culturale internazionale. **Yuriko Tiger**, cosplayer ed attrice italiana diventata una delle principali performer in Giappone, **Leon Chiro**, cosplayer, influencer e modello che collabora con realtà come 20th Century Fox, e **Gianni Giuliano**, storico doppiatore di *Capitan Harlock*.

3.2.4. LE AREE TEMATICHE



All'interno di ogni area del Festival esistono progetti localizzati in aree della città o palazzi storici specificatamente attrezzati, che trovano origine nella tradizione, che il Festival ogni anno cura e rinnova per valorizzare e tutelare le **sotto-specificità** amate dal pubblico di settore.

Area Pro

Talent scouting ed appuntamenti professionalizzanti per gli operatori di settore

L'Area Pro, giunta al suo dodicesimo anno di attività, continua ad offrire servizi a professionisti ed operatori del mondo fumetto, mantenendo come obiettivo quello di facilitare i contatti tra editor e autori in cerca di opportunità di lavoro e **formazione**, cercando comunque di rinnovarsi e arricchirsi di continuo.

La proposta è stata variegata: un calendario di oltre **50 incontri** tenuti da **25 editor italiani e internazionali**, valutazioni portfolio con 12 autori dell'associazione Autori di Immagini (presente nell'area anche con un desk informazioni dedicato) e ancora 4 postazioni di lavoro per incontri BtoB e una sala incontri che ha ospitato circa **10 eventi** di taglio **professionalizzante** e formativo aperti al pubblico, ma anche 2 eventi a porte chiuse per i partner Feltrinelli ed Edizioni BD. L'affluenza agli incontri con gli editor si mantiene costante rispetto alle precedenti edizioni: **2170 richieste di incontro e 497 incontri editor-autore**, con un rapporto candidati-selezionati di 1 a 4.

Da segnalare l'attesissimo ritorno a Lucca di CB Cebulski, nella sua nuova incarnazione di editor-in-chief di Marvel, che ha incontrato **36 aspiranti autori** tra i 275 lavori presentati, rilasciando dichiarazioni davvero positive sull'esperienza; un ciclo di appuntamenti su come proporre, realizzare e promuovere il proprio progetto nel mercato editoriale italiano ed il ritorno degli Editor francesi Glenàt. Il terzo anno di occupazione dei locali del centro Agorà ha visto raggiungere in questa edizione un ottimo equilibrio tra spazi, contenuti, attività, che valorizza al meglio le potenzialità dell'area.

Collezionisti di Tavole Originali

Dopo la rivalutazione comunicativa, nuovo step nell'operazione di **valorizzazione** del circuito dei collezionisti di tavole originali, uno dei fulcri contenutistici del mercato della nona arte. Quest'anno gli stand dedicati, in sinergia con l'Arcidiocesi, sono stati traslati nella suggestiva Chiesa dei Servi per creare una vera e propria galleria delle gallerie. Sono stati **potenziati** inoltre da percorsi espositivi che fungessero da ulteriore punto di interesse per l'area. Gli espositori sono stati stimolati ad esibire i loro contenuti principali, il che ha portato ad una piccola mostra dedicata al nuovo progetto del celebre Leo Ortolani, mentre la Chiesa è stata scelta come set anche per la mostra di Simone Bianchi dedicata ai Marvel Masterpieces (vedi paragrafo dedicato).



Comics Artist Area

Anche quest'anno i desk dedicati agli artisti di fumetto sono stati localizzati all'interno del centralissimo padiglione Giglio, con l'obiettivo di costruire un'area limitata e di qualità nel cuore dell'area dedicata al fumetto.

Indipendence Bay

Lo spazio per gli indipendenti del gioco

Il mercato dei giochi da tavolo indie sta vivendo una seconda **età dell'oro**. Stiamo infatti assistendo ad un aumento vertiginoso di giochi di qualità proposti grazie alle tecnologie sempre più accessibili e soprattutto al crowdfunding. In questo panorama si accresce il mondo dell'Indipendence Bay che accoglie e promuove una nuova realtà italiana: Tambù, una start up di giovani talentuosi che permette agli autori di Card Games, Board Games e Comics di dare vita in modo semplice e immediato alle proprie opere e alle proprie idee, primo grande progetto il librogame a tema Chtulhu di Valentino Sergi illustrato da Alberto Dal Lago che con il solo primo numero ha venduto quasi 1000 copie nei cinque giorni del Festival.

Indipendence Bay si conferma un'area capace di portare il pubblico fuori dai sentieri mainstream per **riscoprire** qualche tesoro dimenticato o scovare il talento del **futuro**. Lo spazio che da oltre 15 anni Lucca Comics & Games dedica alla piccola editoria ludica, alle autoproduzioni, alle associazioni e alle fanzine made in Italy quest'anno è stata riposizionata in una zona dedicata, sempre all'interno dell'area Games. All'interno di Indipendence Bay, oltre alla storica Area Autoproduzione, piccole realtà come Alex Games, Balance Games, Librarsi, Mutant Chronicles Italian Club, Serfer Giochi, Roll Again e Ready to Rock.

Japan Live

Il mondo Cosplay visto da vicino

Lo spazio dedicato mondo Cosplay. Un'area **polifunzionale** con palco, corner incontri ed angolo laboratoriale con ospiti, interviste, laboratori di prop making, raduni e spettacoli, per **approfondire** la dimensione cosplay, che rende protagoniste le sue community ed i suoi rappresentanti in una dimensione integrativa rispetto a quella semplicemente performativa.

Miniature Island

L'arte della pittura di miniature

Miniature Island è un'area dove viene affrontato a tutto tondo il mondo del gioco di miniature, dalla **pittura** dei modelli alla vera e propria simulazione di battaglie su tavoli attrezzati. Nell'anno 2018 l'area si è distinta per la grande offerta a livello di contenuti. Grazie al lavoro svolto negli ultimi anni siamo riusciti ad avere feedback a livello nazionale ed estero fino a diventare punto d'interesse per pittori di **fama mondiale** che hanno richiesto esplicitamente di poter essere ospiti e contribuire alla parte show. Inoltre ogni area ha raccolto, negli anni, schiere di appassionati che di anno in anno tornano per confrontarsi e scambiare esperienze. Per esempio succede molto spesso nell'area didattica della Palestra di Colorazione che ci siano partecipanti alla fiera che tornano annualmente per mostrare i loro progressi pittorici e, spesso, partecipare al Trofeo Grog. Stesso discorso vale per i tavoli gioco dove il pubblico torna volentieri per provare battaglie e regolamenti assieme ai dimostratori. Importante sottolineare l'introduzione di scultori, cosa abbastanza unica per un'area del genere. Quest'anno si sono avvicendati nella Palestra di Colorazione 14, tra pittori e scultori, tra cui star di caratura internazionale come Allan-Diego Carrasco, Aleksandra Cvetanovski, Marko Miladinovic, Angelo Di Chello, Romain Van den Bogaert, Patrick Masson, ecc.



Self Area

Lo spazio per l'autoproduzione a fumetti

Collocata in un padiglione dedicato nella nuova zona di Piazza Della Casermetta, anche quest'anno la Self Area ha potuto mostrare uno spaccato assai variegato di autori, emergenti e professionisti, provenienti dall'intera penisola e "portabandiera" di diverse correnti dell'indie italiano: si spazia dalle pubblicazioni antagoniste agli euro manga, dai formati american comics ai cartonati alla francese, con un occhio di riguardo anche per **sperimentazioni grafiche** più azzardate o vintage. L'edizione 2018 si è presentata con **34 differenti realtà** editoriali autoprodotte, di cui quasi il 40% new entry, rappresentanti di fumetti satirici o di stampo lievemente antagonista, realtà autoriali **stilisticamente uniche**, produzioni che seguono filoni mainstream contemporanei, serie autoprodotte con un proprio pubblico affezionato e una serie di prodotti ibridi dalla difficile collocazione stilistica. Da menzionare il successo del Progetto **Parade**, gestito dall'omonimo collettivo olandese presente a Lucca in collaborazione con l'Ambasciata dei Paesi Bassi: performance continuativa che ha garantito un costante interesse, con 8 artisti al lavoro che hanno prodotto dal vivo una fanzine. Vari standisti, incoraggiati, hanno interagito con il collettivo e alcuni degli artisti di Parade hanno anche partecipato ad altre attività in fiera, mostrandosi sempre interessati e disponibili.

The Citadel

il gioco di ruolo dal vivo in uno scenario unico

Se sul baluardo Santa Maria svetta ancora il padiglione The Citadel, dedicato alla ricostruzione storica e al gioco di ruolo dal vivo, e sul baluardo San Donato fa bella mostra di sé il padiglione The Planet, sono ormai 5 i baluardi e le passeggiate impegnate: un coloratissimo parterre di attrazioni, con centinaia di tornei, eventi live, dimostrazioni, sfilate ed eventi interattivi, che si svolgono sulle mura come anche nei suoi baluardi e sotterranei. The Citadel si conferma una delle aree più attive ed esperienziali dell'intero Festival, **con oltre 100 appuntamenti ufficiali** e moltissimi altri nati spontaneamente dalle community.

3.2.5. PREMI E CONCORSI



Fra i progetti sviluppati e curati del Festival grande attenzione è dedicata alle attività concorsuali legate ai mondi della creatività. Nella sua spinta verso la qualificazione di settore e l'inserimento di nuovi talenti negli stessi, Lucca Comics & Games produce ogni anno i principali concorsi italiani dedicati ai professionisti così come ai giovani. Queste attività vengono gestite insieme ai **partner terzi**, che aggiungono al know how Festivaliero strumenti gestionali e promozionali che affinano l'efficacia dell'attività.

3.2.5.A. PREMI

Gioco dell'Anno/Gioco di Ruolo dell'Anno

La celebrazione dell'editoria del gioco tradizionale

Quest'anno sia il Gioco dell'Anno che il Gioco di Ruolo dell'Anno sono stati vinti da due nuove case editrici e non dai grandi editori/distributori del settore, questo è indice anche di una **maggior qualità** generale di tutte le case italiane. Questa circostanza ha messo in luce ancor più l'impatto nelle vendite e nella comunicazione del premio con una grande attenzione del pubblico ed un conseguente incremento di oltre il 100% delle copie. Il non avere conferito premi a novità che non ne necessitavano (a livello commerciale), il maggiore bacino di utenza ormai raggiunto del premio ha fatto sì che l'assegnazione abbia avuto una funzione nettamente superiore agli scorsi anni ed una viralità mai raggiunta.



LGL Award - Gran premio del librogame 2018

Nasce il primo concorso per i libri e i lavori interattivi letti, analizzati e premiati da una giuria di appassionati, scelti tra i componenti della community di Librogame's Land, tra i principali portali italiano dedicati ai libri-gioco. Il concorso è stato promosso da Lucca Comics & Games che ha voluto investire in questo ritorno in auge della lettura interattiva che per anni ha trovato in Lucca, con la presenza di Joe Dever, un terreno consacrato per gli appassionati, e quindi la sede ideale per ospitare e promuovere questo nascente premio

Gran Guinigi

La celebrazione dell'editoria a fumetti

I Gran Guinigi, gli "Oscar del fumetto", sono i premi assegnati da Lucca Comics ai migliori fumetti pubblicati nel corso dell'ultimo anno. Nel 2018 è proseguito il percorso di riforma regolamentare, volto a mantenere l'autorevolezza del palmares e al tempo stesso permettere alla giuria di svolgere il suo lavoro su una base titoli in costante aumento. A fronte di 284 titoli sottoposti, il Comitato dei Lettori è stato in grado di fornire più di 300 valutazioni preventive, orientando il lavoro della giuria in modo proficuo. Rinnovato l'annuncio anticipato dei vincitori, grandemente apprezzato dai partner editoriali, che ha contribuito alla diffusione capillare del premio in comunicazione e a una più incisiva distribuzione dei volumi. Continua inoltre la Partnership con La Feltrinelli, che ha visto la realizzazione di corner dedicati ai Gran Guinigi in oltre 100 librerie nazionali.



Concorso per Illustratori e Fumettisti Lucca Junior 2018

Il concorso dedicato all'Illustrazione per ragazzi e non solo

Il tema della XII edizione del concorso, presentato in anteprima a marzo alla Fiera del Libro di Bologna, era "Oltre gli spazi inesplorati. Sulle tracce di Jules Verne". Il concorso ha visto la partecipazione di **480 artisti** (quasi il 30% in più dell'anno precedente). La giuria del concorso era composta dal Presidente di Giuria, prof. Livio Sossi (Docente di Letteratura per l'Infanzia Università di Udine e Capodistria) e dai giurati Paolo D'Altan (illustratore), Lucia Emilia Stipari (Studio Pym) e Gaia Stock (Edizioni EL, Einaudi Ragazzi, Emme Edizioni). Il vincitore del concorso ha ricevuto un contributo in denaro oltre all'inserimento in mostra e nel catalogo; la miglior tavola digitale è stata premiata con un display interattivo WACOM (sponsor tecnico del concorso) e sono state poi assegnate quattro menzioni speciali della giuria. La diffusione del bando è sempre più ampia e anche l'aumento della qualità delle adesioni sembra essere una tendenza costante. Una delle ragioni di questa crescita è sicuramente la presenza di giurati apprezzati nel mondo dell'editoria per ragazzi e anche la collaborazione con l'Associazione Autori di Immagini che ha permesso di dare più visibilità al concorso e di qualificarlo. Il concorso è ormai inserito a pieno titolo tra i principali concorsi di illustrazione italiani.

Contest di Illustrazione “15 Anni di Winx”

Un concorso per il talent scouting di giovanissimi talenti

Per favorire la formazione e l’inserimento di **nuovi talenti** nel mondo dell’editoria e dell’animazione italiana, Lucca Crea e Rainbow hanno un concorso di illustrazione per celebrare il 15° anniversario dalla creazione delle Winx. Il concorso ha visto una partecipazione di **81 aspiranti** illustratori: il vincitore potrà frequentare il prestigioso Master in Concept Art della Rainbow Academy. La giuria composta da docenti della Rainbow Academy e presieduta da Iginio Straffi, valutato l’alto livello dei lavori pervenuti, ha anche assegnato una menzione speciale. I partecipanti al concorso hanno potuto accedere, inoltre, a una Masterclass tenuta da Lino Masciulli, modeling supervisor presso la Rainbow Academy, durante il Festival.

Ruolimpiadi e Mastering

Il principale evento nazionale di gioco da tavolo

Le Ruolimpiadi e il Torneo di Mastering si confermano essere i due eventi principali community del Gioco di Ruolo italiano con oltre **350 partecipanti** tra i due concorsi e 84 tavoli di gioco utilizzati nei 5 giorni. I due eventi sono un appuntamento immancabile per gli appassionati del GdR che partecipandovi vivono un’esperienza ludica transculturale unica nel suo genere. Hanno supportato l’iniziativa alcuni tra i più importanti editori del gioco di ruolo, l’evento è stato promosso dai partecipanti e dall’ente organizzativo sui più importanti media e siti/blog di settore come Gioconomicon, Caponata Meccanica, GDRTIME.

Lo Special Event è stato dedicato a 7thSea, gioco vincitore del premio Gioco di Ruolo dell’Anno 2017, al quale è stato dedicato un evento multitavolo che ha coinvolto più di 50 giocatori in contemporanea. La finale delle Ruolimpiadi è stata dedicata a Lex Arcana II edizione, che ha ottenuto su kickstarter un finanziamento di più di 150k, consolidandolo come uno dei kickstarter italiani dedicati al GdR di maggior successo. L’avventura è stata creata e condotta da Francesco Nepitello (autore di Lex Arcana) ed è stata trasmessa in diretta streaming su Twitch.



3.2.5.B. CONCORSI E TALENT SCOUTING

Gioco Inedito

Il concorso per i game designer del domani

Il concorso 2018/2019, diversamente dagli scorsi anni, non aveva tema generico, ma un titolo che richiamasse un’azione/meccanica di gioco, un piccolo cambiamento che ha contribuito all’innalzamento della qualità dei prototipi proposti, infatti tra i 3 finalisti, oltre al gioco vincitore che verrà pubblicato da dV Giochi, anche un secondo gioco è opzionato per la pubblicazione. 40 prototipi arrivati con 5 partecipazioni internazionali.

Lucca Project Contest

Il concorso per i nuovi talenti del mondo del fumetto

Tirando le somme a fronte di una minore partecipazione, l'edizione 2018 del Lucca Project Contest – Premio Giovanni Martinelli si è conclusa in maniera soddisfacente. Rispetto alle edizioni precedenti abbiamo notato un calo delle iscrizioni coinciso con un miglioramento della **qualità** dei progetti partecipanti. 161 autori hanno presentato 109 progetti, di cui 43 di gruppo. Per quanto riguarda l'età il 40% dei partecipanti è fra 18-27 anni mentre un 35% è fra i 28 ed i 37 anni. La maggior parte dei partecipanti ha una formazione di carattere artistico (Scuola di fumetto / Liceo Artistico) cui si unisce un ristretto numero di partecipanti con alle spalle un trascorso professionale. I generi prediletti sono fantascienza e fantasy, tranne i casi singolari come un dramma a sfondo religioso ed un adattamento di una novella di Pirandello, arrivato in finale, con una dominanza quindi di soggetti **originali**.



Cartoon Music Contest

Il concorso per giovani musicisti

Il concorso ha l'obiettivo di promuovere a livello nazionale le **band emergenti** che propongono un repertorio dedicato al mondo dei cartoni animati, delle colonne sonore e dei videogames, definite per tradizione "cartoon-band". La band vincitrice ha la possibilità di esibirsi in un intero concerto sul palco del Festival, con uno staff di professionisti a disposizione per ottimizzare la performance live. Inoltre, se ritenuta idonea, la band ha la possibilità di promuovere la propria immagine e la propria attività anche attraverso le **opportunità** messe a disposizione dai media partner del Contest, sotto la guida di un team di esperti. Piena soddisfazione dei partner coinvolti, con tanto di uno speciale sulla rete Rai Gulp di 15 minuti.

Translation Slam

Il concorso per Traduttori

Translation Slam si è confermato per il settimo anno consecutivo uno spazio di rilievo per la traduzione nel mondo del fumetto. Dallo scorso anno l'**intera giornata** viene dedicata al tema della traduzione con l'aggiunta di un evento di approfondimento in affiancamento al concorso. I partner coinvolti, Symmaceo Communications, Europe Comics e BAO Publishing, hanno collaborato a vario titolo alla buona riuscita del progetto. Il concorso ha visto confermate ben **quattro** categorie (combinazioni linguistiche) per un totale di 80 posti disponibili. Le richieste di iscrizione hanno registrato in questa edizione un



incremento di oltre il 30% arrivando ad un totale di 244 contatti, grazie anche ad una **promozione mirata** attraverso contatti diretti con scuole ed istituti e ad un buon piano di comunicazione su sito, social e newsletter. Lo svolgimento della prova è avvenuto in condizioni **ottimali** all'interno di una location ben attrezzata, alla presenza della giuria e con una doppia scelta di prova per ciascuna categoria. Le valutazioni sono avvenute sulle pagine letterate a fumetti, dando un ulteriore valore aggiunto al lavoro svolto dai partecipanti. La posta in palio è alta: i quattro vincitori, se ritenuti meritevoli dalla giuria, hanno la possibilità di aggiudicarsi un contratto per un incarico di traduzione.

Lucca Mangaka Contest

Il concorso per gli appassionati di manga

Il Mangaka Contest è il concorso per storie brevi a fumetti dal taglio orientale, che arricchisce la schiera di premi istituzionali rivolgendosi al target dei giovani appassionati delle tecniche di fumetto giapponese. Giunto alla sua sesta edizione, il Mangaka Contest ha visto come collaborazioni l'Accademia Europea di Manga, Lucca Manga School, Pentel Italia, Chameleon Pens, Euromanga Edizioni.

Lucca Cosplay Competitions 2018

La celebrazione della creatività della fanbase

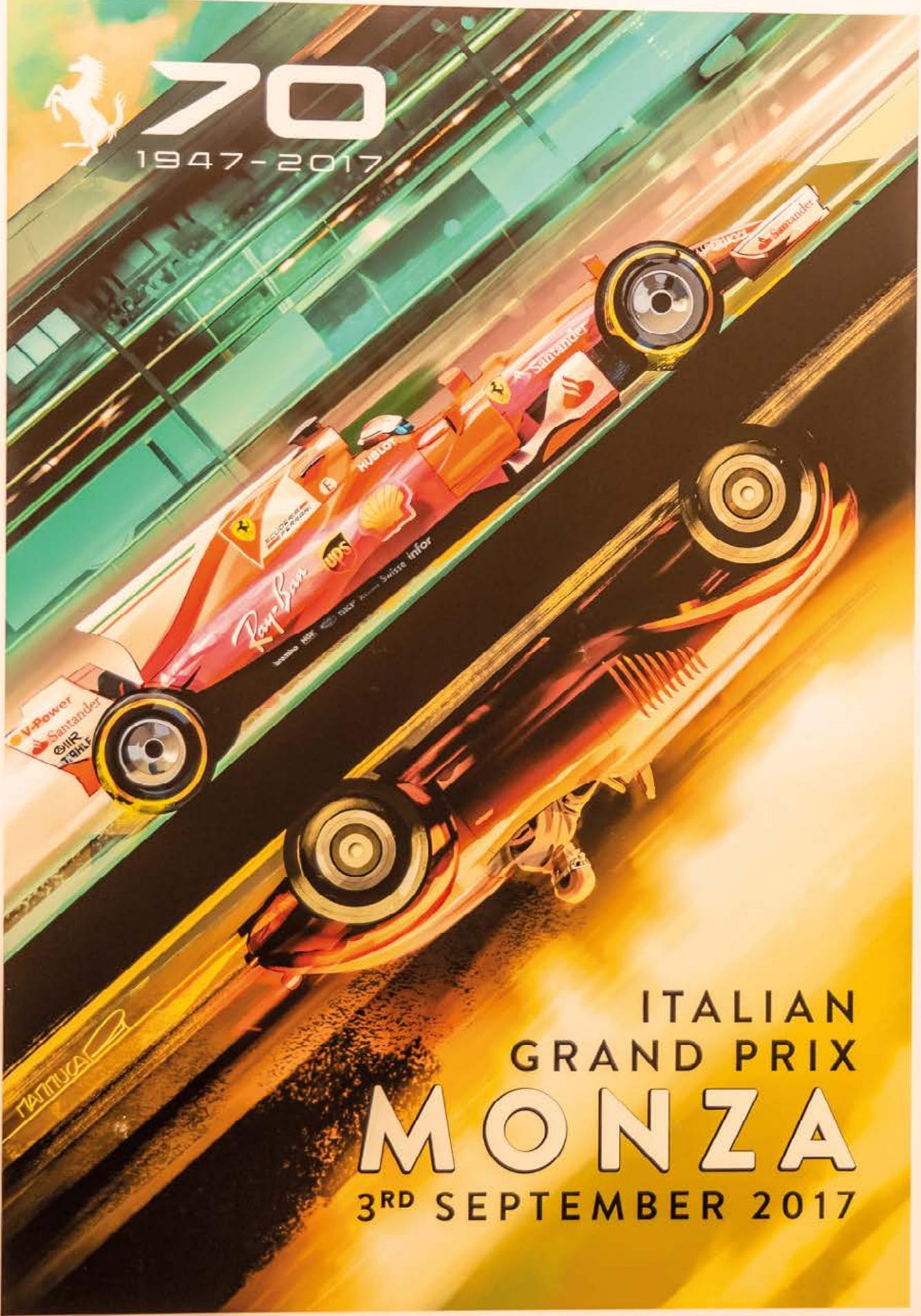
Anche quest'anno l'abilità performativa e sartoriale tornano protagoniste attraverso otto contest competitivi cosplay tenuti durante il Festival. Da segnalare l'European Cosplay Gathering (in partnership con il Japan Expo di Parigi) e il CNC – Campionato Nazionale Cosplay, circuito di gare nazionali creato direttamente da Lucca Comics & Games. Un totale di 650 persone iscritte ai singoli eventi svolti nella cinque giorni.





70

1947-2017



ITALIAN
GRAND PRIX

MONZA

3RD SEPTEMBER 2017

3.2.6. LE MOSTRE



18 percorsi espositivi rappresentativi degli ultimi **trend** autoriali così come della memoria del fumetto, illustrazione, concept art, ma anche animazione, fotografia e pop culture in un vero e proprio percorso complessivo che guida l'utente attraverso non soltanto tavole ma anche soluzioni espositive **coinvolgenti** - e ben calate nei contesti monumentali - che arricchiscono l'esperienza. A cominciare dalla tecnologia **Virtual Reality**, che trasporta il pubblico nello studio di Jérémie Moreau e Paul Bonner, passando per le installazioni di LRNZ fino ai reenactor di Dampyr che fanno prendere vita alle scene del fumetto.

LRNZ, la visione rinascimentale di un artista contemporaneo

Il poliedrico autore del poster

Una full immersion all'interno del mondo distopico dell'autore del poster 2018, in percorso che spazia dal fumetto, all'animazione, alla concept art e caratterizzato da una serie di installazioni analogiche e digitali fra cui un braccio meccanico Axidraw che firmava per i fan al posto dell'artista.



Neal Adams, il lato oscuro del fumetto

il rivoluzionario fascino dei fumetti anni 70

Il maestro della Silver Age americano che ha rivoluzionato personaggi come Batman e Lanterna Verde, disegnando l'umanità e la fallacia dei supereroi costretti a confrontarsi con la droga ed il razzismo, all'interno di un allestimento che richiama le atmosfere cupe di Gotham City.

Winx: 15 years of Magix

L'animazione pop per ragazzi

Lucca Junior si arricchisce quest'anno di una mostra interattiva dedicata ai più piccoli ma anche agli storici fan delle fatine nate dalla fantasia di Iginio Straffi. L'anticipazione delle celebrazioni del 15° anniversario delle Winx, in programma nel 2019, ha infatti invaso il primo piano del Family Palace con avventure dello Winx Club. Sono stati esposti i **costumi originali**, i disegni, gli allestimenti, i gadget ed anche un ologramma per le piccole visitatrici. I character originali delle Winx sono stati presenti a Lucca Junior per incontrare i fan ed hanno fatto un saluto dal Main Stage della manifestazione.



The Art Of Racing

L'eccellenza del racing Made In Italy celebra l'eccellenza dell'illustrazione

Ferrari sbarca a Lucca attraverso la sua nuova incarnazione della Poster Art, che raccoglie le grandi firme dell'illustrazione internazionale già celebrate a Lucca Comics & Games. Ecco quindi che il Festival diventa il palcoscenico ideale per una mostra prodotta e sviluppata da Lucca, esponendo per la prima volta una selezione delle illustrazioni originali dedicate ai Gran Premi delle stagioni 2017 e 2018, fra cui l'inedita illustrazione creata ad hoc per l'occasione: Il Gran Premio Di Lucca.

Paul Bonner: Out Of The Dark Forest

Il Maestro dell'Imaginative Realism anglosassone

Il pluripremiato illustratore fantasy che da oltre 20 anni collabora con i più importanti publisher del mondo videoludico ed editoriale, realizzando sbalorditive opere d'arte. Ad arricchire il percorso, oltre ad una selezione di modelli 3d realizzati handmade dall'autore, una **escape room** integrata alla mostra, che ha permesso ai visitatori che hanno saputo mettere alla prova la propria conoscenza del celebre poema **Beowulf**, magistralmente illustrato dall'artista, di poter accedere a contenuti espositivi esclusivi.



Leiji Matsumoto, Sensei dallo spazio

La Mostra del Gran Maestro giapponese

Il principale ospite 2018 **ha scelto** per i suoi fan italiani una selezione dei suoi originali più conosciuti, che hanno formato la mostra dedicata all'artista. Fra i 40 pezzi ben due sono stati realizzati ad hoc per il Festival come ringraziamento per l'invito e l'esperienza: un Capitan Harlock ed una Maisha di Galaxy Express, entrambi ritratti davanti alla suggestiva **Piazza San Michele**.

Jérémie Moreau, movimento costante*L'enfant prodige francese*

il giovane talento francese che racconta di **emarginazione** e solitudine viene per la prima volta esposto in Italia. La sua interpretazione de La Scimmia Di Hartlepool appare quanto mai **attuale**. Moreau è uno degli artisti coinvolti nel progetto Virtual Reality del Festival. All'interno della mostra due postazioni VR permettevano di catapultarsi nello studio e nella città francese dell'autore, Valence, per immergersi nel quotidiano dell'artista.

**Junji Ito, la spirale della mente, l'inferno della carne***Il fenomeno Japan-Horror in chiave manga*

Ispirato da Hitchcock, Lovecraft, Dorè e Bosh, questo mangaka dal tratto elegante e realistico racconta l'horror con **raffinata** brutalità. Non è un caso che sia molto legato ed apprezzato da maestri del cinema come Guillermo Del Toro e registi videoludici come Hideo Kojima. Il percorso è stato arricchito da una serie di installazioni interattive e sonore per calare lo spettatore all'interno della dimensione turbante dell'autore.

**Simone Bianchi: Marvel Masterpieces***La mostra per i fan dei supereroi*

Una mostra dal sapore intercontinentale, divisa in due parti: una a Lucca Comics & Games e l'altra alla prestigiosa Metropolis Gallery di New York, celebrano gli oltre 60 pezzi realizzati dal talento Made In Italy Simone Bianchi per la Upperdeck Company, che ogni due anni sceglie un maestro internazionale per realizzare l'intero set di carte collezionabili dedicate ai supereroi Marvel.

**Sara Colaone, nel segno di Leda***Il fumetto autoriale*

Premiata a Lucca Comics & Games 2017 come Migliore Disegnatrice, Sara Colaone porta in mostra il suo fumetto sociale che racconta dell'Italia di ieri, clamorosamente vicina all'Italia di oggi. Il Festival le ha dedicato un documentario, visibile in mostra, concentrato sulle sue influenze fumettistiche.

Benjamin Lacombe, la metamorfosi e la scoperta

L'elegante illustrazione editoriale

In mostra sono stati esposti circa 60 pezzi originali del celebre illustratore francese, incentrati su grandi figure femminili come "Alice", "Carmen", "Frida" e una anteprima del nuovissimo libro "Il mago di Oz". I pezzi sono stati messi a disposizione dalla galleria "Daniel Maghen" di Parigi. L'affluenza alla mostra ha registrato un record rispetto alle passate edizioni con un pubblico di diverse fasce d'età ma soprattutto di 20/30enni, segnale che l'illustrazione cosiddetta "per ragazzi" è invece, effettivamente, un genere trasversale e perfettamente in linea con il pubblico del Festival.



Project Contest 2018 - i finalisti

La mostra dedicata ai 15 finalisti del concorso per nuovi talenti del mondo fumetto, collocata quest'anno nel chiostro del centro culturale Agorà.

Le mostre in collaborazione con Intesa San Paolo

Anche quest'anno le sedi italiane Intesa San Paolo si riempiono di Lucca Comics & Games, con tre mostre che rappresentano tre anime del Festival.

- Picture & Comix a Roma: fotografi ritraggono i cosplayer più belli.
- Picture & Comix a Roma: le ricostruzioni delle più affascinanti armature robotiche di anime, fumetti e manga.
- Arte oltre le nuvole, l'empireo dei fumetti Bonelli: Una selezione delle tavole di Sergio Bonelli Editore, tratte da Tex, Dragonero, Julia e Dampyr.



Oltre gli spazi inesplorati. Sulle tracce di Jules Verne

Per la mostra dei finalisti del Concorso per Illustratori e Fumettisti Lucca Junior sono state scelte dalla giuria 33 tavole, dedicate al grande scrittore francese Jules Verne in occasione dei 190 anni dalla sua nascita. La mostra è stata visitata principalmente da un pubblico adulto o di giovani adulti, ma sono stati organizzati anche 2 incontri dedicati alle scuole primarie. L'esposizione sarà riproposta alla Biblioteca Agorà nella primavera del 2019, l'intenzione è di farla girare attivando collaborazioni ed individuando eventuali nuovi possibili partner e spazi espositivi.





L'inaugurazione delle Mostre di Palazzo Ducale, da sinistra la curatrice Paola Fanucchi, il Presidente di Lucca Crea Mario Pardini, il Presidente della Provincia Luca Menesini, il Presidente della Camera di Commercio Giorgio Bartoli, il Rettore dell'Università di Pisa Paolo Maria Mancarella, il Direttore del Festival Emanuele Vietina e il Sindaco Alessandro Tambellini

3.2.7. LE CELEBRAZIONI DEL 4 NOVEMBRE



In prima fila: il Questore di Lucca Vito Montaruli, il Sindaco Alessandro Tambellini, il Prefetto di Lucca Maria Laura Simonetti, il Senatore Andrea Marcucci, il Consigliere Regionale Stefano Baccelli, il Presidente del Consiglio Comunale Francesco Battistini e il Comandante del Comando Provinciale dei Carabinieri di Lucca Colonnello Giuseppe Arcidiacono

Quest'anno Cortile Degli Svizzeri è diventato protagonista del percorso commemorativo per valorizzare il **4 novembre** ed il centenario della fine della **Prima Guerra Mondiale**. Il progetto ha visto filmati, ricostruzioni sceniche, mostre statiche e dinamiche in uniformi storiche ad opera della **Prefettura** e gli Stati Maggiori delle **Forze Armate**. L'Ufficio Storico dello **Stato Maggiore dell'Esercito** - tramite l'**Istituto Geografico Militare** di Firenze - ha esposto una serie di pannelli illustrativi sulla Grande Guerra, mentre **Esercito, Marina, Aeronautica e Carabinieri** hanno presentato attività legate al mondo del fumetto, dell'illustrazione e del videogioco. In particolare automezzi storici come autocarri e battelli, sidecar e uniformi originali, fino a visori virtuali. Un'offerta di alto profilo contenutistico adatta al pubblico del Festival, che Lucca Comics & Games ha voluto integrare creando due conferenze che arricchissero la dimensione narrativa e quella della prospettiva femminile di quegli anni:

- Dalla Grande guerra alla Guerra dell'Anello: la **Prima Guerra Mondiale** vissuta da **JRR Tolkien**, il creatore de Il **Signore Degli Anelli**, raccontata di suo pugno attraverso lettere ed appunti.
- Donne in marcia contro la guerra: la graphic novel che offre un quadro sulle rivolte nazionali e regionali, ed in particolare della celebre marcia di donne attraverso Valdibisenzio, evento a cui ha partecipato la Proff. ssa **Anna Villari**, storica dell'arte.





la Repubblica

Fondatore Eugenio Scalfari

L'editoriale

IL 4 NOVEMBRE È SACRO MA UNA GUERRA NON FA UNA NAZIONE

Eugenio Scalfari

Cari lettori, quando leggerete questo articolo sarà il 4 novembre. In quel giorno del 1918 la guerra ebbe termine, la prima e terribile guerra mondiale, con milioni di morti, di feriti, impazziti per ciò che avevano visto, sentito, inferto agli altri. Insomma una strage tanto dura e tanto crudele, vent'anni prima della Seconda guerra mondiale che, oltre ai morti e ai feriti, produsse anche la strage di milioni di ebrei e di rom: un evento che non sarà mai dimenticato nella storia del mondo.

Mercoledì scorso sul *Corriere della Sera* il collega Aldo Cazzullo ha scritto un bell'articolo sulla prima di queste due guerre, combattute anche dal nostro Paese (l'Italia restò neutrale fino al 1915) dimenticando la strage degli ebrei (Shoah) e le conseguenze politiche che ne derivarono. Del resto la Grande guerra produsse la Marcia su Roma del 28 ottobre del 1922 e la ventennale dittatura del Duce e del Fascismo. Bastava questo evento, che Cazzullo sottovaluta, per far sorgere qualche dubbio su quello che ha scritto.

Ma - dubbi a parte - c'è un terzo errore in quell'articolo: la guerra del 15-18 sarebbe quella che ha finalmente formato il popolo italiano dopo secoli e secoli durante i quali il nostro Paese era diviso in cento pezzi, cento linguaggi, cento governi, cento diverse ricchezze e povertà. Tutto questo, scrive Cazzullo, ebbe termine con la Prima guerra mondiale. Sarebbe nel 1918 che l'Italia e il suo popolo si formarono ed è questo l'evento che va ricordato come grande svolta nella nostra storia. Questo mio articolo è stato ispirato da fatti che avvennero in quell'epoca e che vanno ben oltre l'articolo del *Corriere*.

continua a pagina 25 >



I primi cento Robinson

Un grande dizionario d'autore Da Abramovic a Zerocalcare un numero da collezione con una doppia copertina

Al centro del giornale l'inserito di 40 pagine

Prescrizione, nuovo fronte Lega-5S

Per la prima volta un Festival di fumetti conquista la prima pagina di uno dei principali quotidiani nazionali domenica 4 novembre 2018

Michele Ainis

Promulga, autorizza, emana. Sono i poteri che la Costituzione assegna al nostro presidente, rispetto all'attività normativa del governo: la promulgazione delle leggi, l'autorizzazione a presentare i disegni di legge in Parlamento, l'emanazione dei decreti. Poteri che per lo più s'esercitano in silenzio, giacché in un solo caso l'articolo 74 della Carta pretende un messaggio motivato alle due Camere.

pagina 24

Intervista a



Laura Castelli
"Per gestire il reddito chiederemo aiuto ai Caf e ai sindacati"

ANNALISA CUZZOCREA, pagina 24

Il legnista alla Presidenza Giancarlo Giorgetti - senza nervi sarà finisce male». E intervenga anche sul caso prescrizione. pagina 2 AMATO, FONTANAROSA, CRISIELLO MILELLA, pagina 2, 4 e 5

Comics & Games, numeri record



Visitatori al festival Lucca Comics & Games TONY ANNA NINGARD/AWAKENING/GETTY IMAGES

Largo ai giovani, se supereroi tutta Lucca diventa un fumetto

LAURA MONTANARI, pagina 19

Le elezioni

Josh il cowboy più trumpiano di Donald

MidRep2018

Federico Rampini
Claudio Tito
La star del Missouri, Stato in bilico. Intanto i democratici arrivano divisi alla meta

pagine 10 e 11

LA MADONNA CHE VEGLIA SULLA POLITICA

Filippo Ceccarelli
L'ultima cosa è degna di ogni rispetto è la devozione mariana. Senonché, dopo aver visto Salvini, viene quasi naturale chiedersi se l'immagine con la Madonna di Medjugorje non risponda a esigenze di parassitismo devozionale.

pagina 9

LA PROF E L'INGEGNO DI ANDREA

Stefano Bartezzaghi
Il tecnico specializzato in fibre ottiche Andrea Masi, diciottenne, è morto a Milano per un incidente sul lavoro. Una sua ex docente lo ha ricordato in un post su Facebook che ha dato una profondità diversa a una notizia già tanto toccante.

pagina 24

LE GRANDI SVOLTE DEL PASSATO CHE HANNO DISEGNATO IL MONDO IN CUI VIVIAMO

Il nuovo libro di **FEDERICO RAMPINI**

Quando inizia la nostra storia

MONDADORI

In Italia €2,50 con L'Espresso



Firenze

Min 16°C
Max 22°C

Roma

Min 17°C
Max 18°C

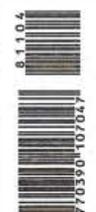
Milano

Min 13°C
Max 19°C

LE IDEE

AFFARI & FINANZA Domani Generali, il nuovo piano

Prezzi di vendita all'ingrosso
Austria, Germania €2,20 - Belgio, Francia, Italia, Canada, Lussemburgo, Monaco P., Grecia, Malesi, Olanda, Slovenia, Spagna €2,50 - Croazia KN 19 - Regno Unito GBP 2,20 - Svizzera CHF 3,50
Solo per gli abbonati con L'Espresso con coupon € 1,50



4. LA COMUNICAZIONE

4.1. COMUNICAZIONE DIGITALE



4.1.1. LUCCA COMICS & GAMES: SU TWITCH IL PRIMO FESTIVAL INTERAMENTE IN DIRETTA STREAMING

Grande attenzione è stata riservata al progetto pilota delle dirette online: l'anno zero di Lucca Comics & Games, la prima volta in Europa di un festival interamente trasmesso su Twitch, la principale piattaforma social di streaming online. Grazie alla partnership con la divisione Europe di Twitch.tv stessa, al supporto dai partner tecnici **AK Informatica** e **Tom's Hardware** e a un palinsesto ben studiato sono stati ottenuti risultati straordinari, ampiamente al di sopra delle aspettative.

Il Network

- 34 Canali
- 12 Location
- 15 ore di copertura al giorno (9.00 – 24.00)
- più di 150 eventi live
- 15 eventi registrati fuori onda
- più di 300 ore live

Risorse umane

- 3 truppe di cameraman e streamer per i canali proprietari (AK Informatica)
- un cameraman per la registrazione in differita (LC&G)

- un team (regista, operatore e assistente) fornito da Mario Moroni e Tom's Hardware
- 2 team di streamer per Main Stage e Teatro del Giglio (Atom)
- un moderatore per i canali proprietari (AK)
- redazione

I canali

1 Canale studio

- LuccaCGLive

7 Canali proprietari

- AreaPerformanceLive1
- AreaPerformanceLive2
- LuccaShowcaseLive
- LuccaGiglioLive
- LuccaSanGirolamoLive
- LuccaSanFrancescoLive
- LuccaMainStageLive

2 Canali in collaborazione con Gioconomicon

- BoardGameStudio
- Sala Ingellis

4 Canali partner

- Japan Live Stage (Alcedo)
- ES Palace (AK Informatica)
- ES Cathedral (ESL Italia)
- Sergio Bonelli Editore

21 Canali

per gli streamer invitati da Twitch (postazione nel padiglione Bit District)

Lo studio

- Speaker Mario Moroni, live 5 ore al giorno
- Presentazione e restream degli eventi in onda sugli altri canali (5-15 min a collegamento)
- Presentazione di eventi fuori onda, registrati in location e montati dal nostro team audio/video
- Social Frame (Presentazione dei post, dei tweet e delle foto più belle della giornata...)

- 18 ospiti intervistati in studio (Drnaso, Deodato, Kirkman, Kopinski, Masiero...)
- Area Performance e Showcase, format con il commento in diretta degli esperti dell'Area Performance

Dati salienti (rilevati sui 10 canali principali)

- **180 ore live**
- **14.600 ore di visualizzazione**
- rendimento di 1/3300 (ogni minuto di live ha prodotto 3300 minuti di visualizzazione)
- **217.000 visualizzazioni (pari all'86% dei biglietti venduti)**
- 130.000 spettatori unici
- spettatori massimi rilevati 554 (record del canale LuccaMainStageLive)
- più di 1200 nuovi followers nei 5 giorni della fiera
- pubblico prevalentemente italiano
- pubblico prevalentemente da casa
- ancora limitati gli ingressi da Facebook
- Pubblico prevalentemente da Twitch, ma con un importante afflusso da siti e forum di community
- Visualizzazioni di Twitch provenienti dalla pagina principale (grazie alla partnership con Twitch)

Canali Top

- LuccaCGLive
- LuccaMainStageLive
- LuccaGiglioLive

Contenuti Top

- Contenuti musicali
- Contenuti in studio

Note finali

- L'artista Monte M.Moore, storico amico del Festival, ha disegnato live dal Colorado per il pubblico di Lucca
- Per Nvidia abbiamo seguito lo streaming di parte dei loro eventi con spazio sul canale, cameraman e montaggio
- Per Bonelli abbiamo trasmesso l'annuncio dell'uscita del film sul fondatore e mentore Sergio
- Con SaldaPress abbiamo realizzato una finestra giornaliera per i suoi grandi ospiti (Skybound, Robert Kirkman) presentando anche il team di Invincible intervistati da Mario Moroni

Attività da potenziare

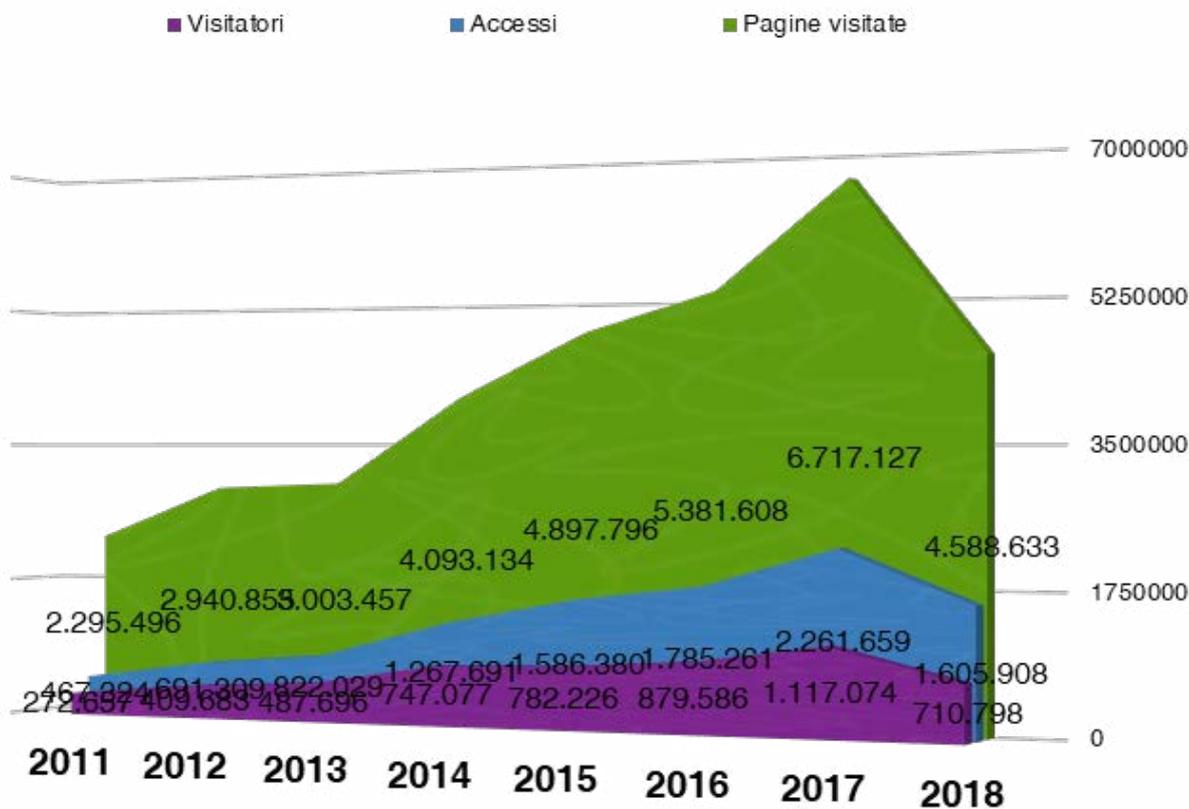
- Partnership con Twitch e AK Informatica
- Format musicali e canale palco

- Interviste e contenuti mirati per il pubblico di Twitch
- Canali e offerta dei canali
- Partner e spazi dedicati ai partner
- Streamer di Twitch, internazionali

4.1.2 SITO WEB "LUCCA COMICS & GAMES"

Il sito web www.luccacomicsandgames.com si conferma come hub principale della comunicazione sulla manifestazione. Dal punto di vista della struttura, vi sono state due sostanziali novità:

l'importante integrazione quest'anno del sistema di gestione ed erogazione del poster personalizzato individuale, vero elemento iconico e individuale dell'esperienza di navigazione del sito di manifestazione e l'avvio (seppur in fase ancora embrionale) dell'area personale **MyLuccaCG** che vedrà la sua più ampia realizzazione a partire dalla fine dell'edizione in corso, e della quale il sistema del poster stesso è stato il "portale di accesso".



Di seguito i dati più significativi del sito web di manifestazione, confrontati con quelli 2017 e 2016:

Anno	Utenti unici	Visite	Visite/utente	Pagine	Media pagine	Tempo medio	Freq. rimbalzo	% nuove sessioni
2018	710.798	1.605.908	2,26	4.588.633	2,86	02:33	52,15%	43,98%
2017	1.117.074	2.261.659	2,02	6.717.127	2,98	02:25	54,27%	52,05%
2016	879.586	1.785.261	2,03	5.381.608	3,01	02:32	50,31%	48,93%
Delta 18-17	-406.276	-655.751	0,24	-2.128.494	-0,12	00:08	-2,12	-8,07
Delta % 18-17	-36%	-29%	12%	-32%	-4%	6,0%	-3,9%	-15,50%
Delta 18-16	-168.788	-179.353	0,23	-792.975	-0,15	00:01	1,84	-4,95
Delta % 18-16	-19%	-10%	12%	-15%	-5%	1%	+4%	-10%

Per la prima volta da oltre un decennio, i dati di visita del sito web registrano un significativo arretramento rispetto all'anno precedente. I dati più significativi sono relativi ad una riduzione significativa di utenti unici, ovvero di "single" persone che hanno fatto accesso al sito, riduzione pari al 36% sul 2017 e al 19% sul 2016. Va evidenziato invece un leggero miglioramento delle visite per ciascun utente (2,26 visite/persona nel 2018 contro le 2,02 del 2017 e le 2,03 del 2016) e la sostanziale tenuta degli altri indicatori di salute della navigazione, come media pagine viste, tempo medio, frequenza di rimbalzo. Torna ad essere significativamente negativa la percentuale di nuove sessioni, che vede un -15,5% sul 2017 e un -10% sul 2016.

Questi dati vanno però letti nell'ambito dello sviluppo delle attività che hanno integrato la fruizione digitale della manifestazione su dispositivo mobile. Come di seguito descritto il forte rinnovamento e potenziamento della app, la creazione del sistema di rilascio digitale del poster personalizzato tramite landing page-pop up, e la performance delle piattaforme social hanno compensato l'attività del sito web.

Nondimeno il sito web rimane comunque parte fondante delle campagne di informazione principali della manifestazione, tra queste: la campagna di prevendita online, che nel 2018 ha raggiunto il 77% della vendita totale dei biglietti e la campagna dedicata alle misure di sicurezza attivate per la corretta fruizione della manifestazione da parte del pubblico.

Dal punto di vista quantitativo della produzione editoriale, questi sono i numeri:

- circa 800 pagine pubblicate
- più del doppio di immagini elaborate
- 14 newsletter pubbliche

Le pagine quotidiane pubblicate, come si può vedere dal feed, sono andate da un minimo di 5 a un massimo di 25, come medie di 10-15.

Versione inglese del sito

Mettere online una versione funzionante, anche se parziale, della parte inglese del sito è stato un passo non solo importante ma assolutamente necessario per arrivare al fine che ci siamo preposti. Quest'anno sono state messe online tutte le pagine relative a:

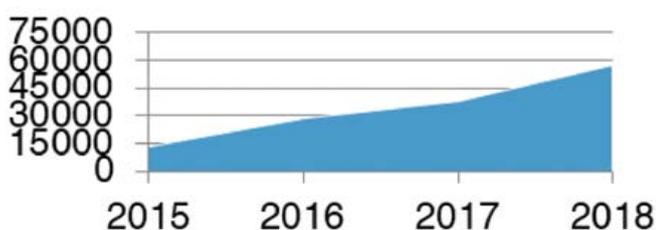
- informazioni utili e come arrivare
- biglietti e faq, inclusi Level Up
- tutte le mostre
- una quindicina di ospiti

4.1.3. NEWSLETTER

I dati del canale newsletter relativi al 2018 hanno numeri significativi in tutti i comparti:

- mail inviate a DB pubblico: 681.214 (2017: 471.305 + 44%)
- mail inviate a DB pro: 30.747 (2017: 25.588 + 20%)
- 50 invii di newsletter (2017: 41 +22%)

■ Iscritti alla newsletter pubblica



Significativo il numero finale degli iscritti al DB della newsletter, anche grazie al sostanziale apporto di nuovi contatti arrivato dalla registrazione degli utenti al sistema di vendita online dei biglietti:

- totale utenti registrati al 10/11: 37.545
- totale utenti presenti in DB post inserimento registrazioni da biglietteria: 57.567 (2017: 38.010 + 51%)

4.1.4. CANALI SOCIAL

Le piattaforme social di Lucca Comics & Games rivestono sempre più il ruolo di canale di comunicazione diretto biunivoco con la community e col pubblico generalista. Da un lato sono importante veicolo delle informazioni a ogni livello (comprese quelle sulle misure di sicurezza), dall'altro rappresentano (salvo eccezioni meno rilevanti) l'unica modalità per il pubblico di comunicare con l'organizzazione.

Non ultima va considerata anche la funzione di creazione della brand awareness, realizzata quest'anno in particolare attraverso l'utilizzo di grafiche realizzate ad hoc.

Overview dell'attività (linee guida)

Facebook

- storytelling focalizzato sugli eventi importanti della manifestazione
- timeline concordata con i partner
- produzione di grafica e video social per promuovere gli appuntamenti della manifestazione e le notizie legate alla community
- cosplay del giorno
- agenda twitch social frame
- partner & sponsor
- produzione di "live stunt" integrati alla sezione Street&Fun con il pubblico di Lucca
- integrazione di vari team nella produzione di contenuto (Mediaus, Labcom)

Twitter

- monitoraggio di canali legati a artisti, partner, media e brand.
- condivisione e retweet di contenuto attraverso l'hashtag #LuccaCG18



Instagram

- l'implementazione delle Instagram Stories ha permesso di aumentare molto la copertura e avere una visione, più ricca e interessante, del festival.
- la produzione di stories e live instagram sono sicuramente due delle attività sulle quali puntare in futuro per attirare l'attenzione del pubblico e produrre contenuto più affine alla manifestazione

Twitch

- lancio dell'appuntamento "Social Frame" sul canale Twitch principale di LC&G (3/4 puntate al giorno di circa 10 minuti ciascuna)
- monitoraggio quotidiano dell'hashtag #LuccaCG18 per raccontare il sentiment e il miglior user generated content durante la manifestazione.

Alcuni numeri significativi**Facebook**

31 ottobre - 4 novembre

- Reach complessiva 8.995.591 (+7%)
- Reach media giornaliera 459.913
- Reach top 1.663.410 (4 novembre)
- Impressions 30.867.862 (+29%)
- Interazioni 2.676.348
- Nuovi like 14.072 (+3,8%)
- Visualizzazioni video 289.201

Twitter

31 ottobre - 4 novembre

- Visualizzazioni 642.000 (+41% su mese precedente)
- Menzioni 1.985
- Mi piace 3.445

2018

- Crescita media settimanale +1,7%

Instagram

31 ottobre - 4 novembre

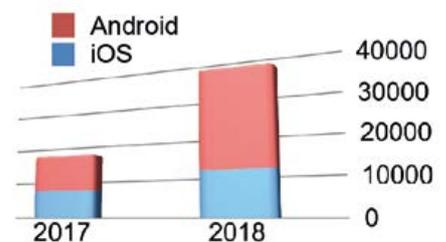
- Mi piace 158.000 (+14%)
- Visualizzazioni 5,3 milioni
- Copertura 2 milioni
- Interazioni 162.000

Instagram Stories

- Visualizzazioni 3,4 milioni
- Copertura 2,9 milioni

4.1.5. APP

La mobile app è stata un importante traguardo raggiunto nel 2018, a partire dal mese di agosto a valle dell'assegnazione della gara di gestione dei servizi digital per il prossimo triennio. Il primo obiettivo rilevante, innovativo e impegnativo della gestione delle properties digitali è stato proprio quello di rinnovare sostanzialmente la mobile app da ogni punto di vista, sia stilistico che tecnologico che di experience per l'utente.



Le principali novità introdotte con la release:

- app nativa per le due principali piattaforme (iOS/Android)
- modalità di navigazione rivoluzionata (app informativa e di servizio al tempo stesso)
- riproposizione dei contenuti di aggiornamento e intrattenimento presenti sul sito
- tecnologia up-to-date
- navigazione online con gestione dei blackout di connessione (navigazione alternativa in remoto)
- sistema di gestione del programma integrato con il sito web
- gestione dell'account personale (avvio dell'area MyLuccaCG) con agenda, eventi, mappa e poster personali



I numeri raccolti evidenziano un significativo apprezzamento della soluzione realizzata, registrando un forte incremento rispetto agli utilizzi 2017:

Anno	iOS	Android	Totale
2018	11.291	24.653	35.944
2017	7.203	9.311	16.514
Crescita 18-17	4.088	15.342	19.430
Delta %	57%	165%	118%

Significativi anche questi dati:

- Sessioni di utilizzo totali: 146.918
- Media utilizzo giornaliero per utente: 10 minuti
- Percentuale utenti app/visitatori da ticketing: 10%
- Percentuale di utilizzi “crash free”: 95%

4.1.6. TECNOLOGIA

Il 2018 ha visto una sostanziale continuità rispetto a quanto già consolidato nel corso dell'ultimo triennio, registrando – da una parte – significativi trend di crescita su visitatori e interazioni delle varie properties digitali Lucca Crea e – dall'altra – confermando la centralità e al contempo la complessità di gestione delle infrastrutture informatiche per la manifestazione. In questo contesto, l'edizione appena conclusa ha visto il primo, significativo ed esteso esperimento di live streaming da diverse location della manifestazione, reso possibile grazie ad un significativo sforzo di copertura delle varie aree interessate con connettività qualificate al servizio richiesto.

Al netto dei positivi dati ottenuti, il live streaming sul canale **Twitch** ha rafforzato la consapevolezza in tutta l'organizzazione del binomio pervasività e normalità espresso già lo scorso anno, sottolineando con maggior forza la necessità di sostenere gli investimenti nell'area infrastrutturale in quanto abilitanti a raggiungere gli obiettivi strategici di business della manifestazione, siano commerciali, culturali e intrattenimento.

La sede

Il 2018 non ha registrato significative evoluzioni rispetto alla struttura realizzata a partire dal 2016 e consolidata nel 2017, che per comodità di lettura riportiamo di seguito:

nuovo centralino telefonico full digital, con supporto per linee VOIP la nuova soluzione introduce

importanti potenziamenti del sistema di telefonia, permettendo al contempo di abbandonare la tecnologia di trasporto ISDN+ a favore del VOIP, con un notevole risparmio economico annuale; le opportunità derivate dalla nuova infrastruttura sono chiaramente emerse nel corso dell'anno, accanto ad alcune criticità di utilizzo legate essenzialmente alla necessità di cambiare approccio all'infrastruttura, criticità comunque superate nel corso dell'utilizzo;

nuovo server dati con infrastruttura virtualizzata soluzione allo stato dell'arte che si basa su una macchina fisica con particolari caratteristiche che consentono la creazione di "macchine virtuali" specifiche per i vari bisogni organizzativi (anche con sistemi operativi diversi); questa evoluzione ha permesso di attivare un sistema di disaster recovery (**Datto**) e un archivio locale per la posta (**MailStore**); in questo ambito l'anno trascorso ha visto un'integrazione ulteriore legata all'adozione del nuovo server di contabilità interno **Spring** che ha reso necessario attivare una nuova macchina virtuale ed incrementare significativamente la dotazione funzionale del server per venire in contro alle aumentate necessità di calcolo e di potenza del gestionale. Dopo una fase di dialogo tra le varie parti che ha prolungato la conclusione del progetto, nell'ultima parte dell'anno il servizio ha raggiunto il suo atteso completamento;

nuova infrastruttura LAN basata su tecnologia Meraki, sia nei dispositivi attivi (firewall e switch) sia negli access point, la sede è stata dotata di una infrastruttura LAN molto evoluta e flessibile che ha permesso di superare i radicati problemi di connessione sia WiFi che wired sperimentati negli ultimi anni soprattutto nei momenti di grande densità di utenza presente in sede; la nuova infrastruttura ha dimostrato tutta la sua versatilità ed efficienza durante la fase di allestimento della manifestazione che ha visto concentrarsi in sede decine di collaboratori;

nuove connettività e connessioni voce la fase di migrazione alla nuova tecnologia di connessione si è conclusa durante l'anno, con l'affiancamento alla connessione FTTC TimeNet 50/10Mbs (già attivata e in uso da ottobre 2016) della fibra RT-RT 10/10 Mbs che – a causa dei tempi di attivazione dell'Ente di riferimento – è partita da inizio settembre 2017.

Il già citato esperimento di live streaming ha richiesto l'allestimento della regia centrale del canale Twitch presso la sede di Lucca Crea, dove è stato allestito anche uno studio di trasmissione per le interviste con gli ospiti. Questa attività ha imposto l'incremento della connessione FTTC a 100/20 Mbs per poter contare su una seconda banda veloce in upload da affiancare a quella della fibra RT-RT. Sebbene si sia trattato di un incremento temporaneo finalizzato all'attività di streaming, l'incremento del personale stabilmente presente in sede e l'aumentato fabbisogno di connessione inducono a considerare l'opportunità di consolidare l'incremento a 100/20 Mbs in modo stabile.

L'infrastruttura web

L'infrastruttura web non ha subito modifiche rispetto a quella allestita già nel 2018, con unica eccezione la migrazione dal sistema di Web Application Firewall Incapsula a CloudFlare, per consentire una maggiore flessibilità e disponibilità di throughput – sono stati raggiunti 3,5 TB di connessione nella settimana della manifestazione.

Connettività e telefonia, le aree coperte

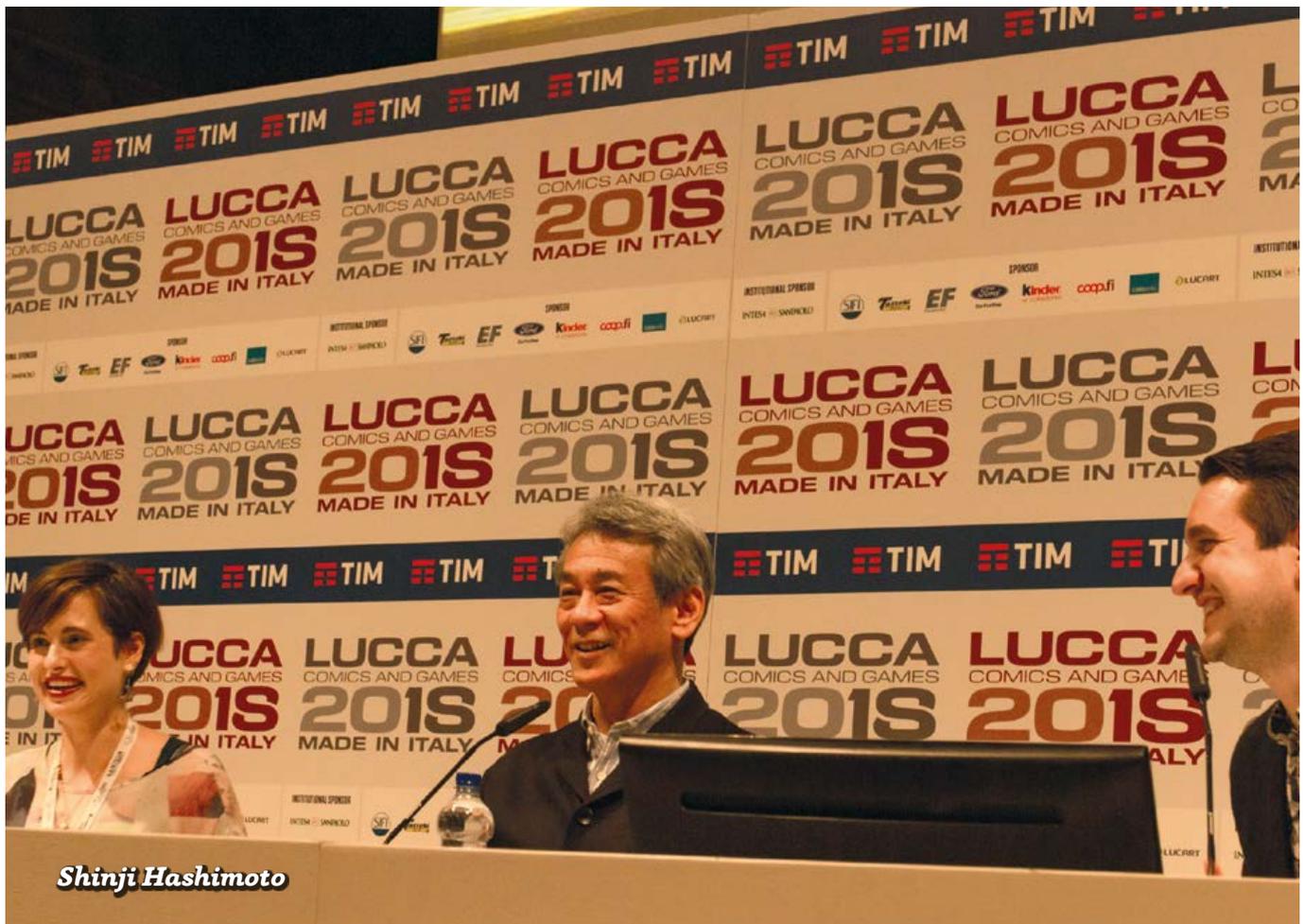
La tendenza a segnare record nell'area della connettività non si ferma, e anche quest'anno abbiamo assistito a numeri decisamente significativi – 2,5 Gbs – e a un incremento rilevante pari al 25% sul 2017, soprattutto alla luce del trend in atto che ha visto segnare nel **2017 già un +25% sul 2016**.

Nel dettaglio, i servizi erogati di connettività:

- 36 connessioni ADSL temporanee attivate
- 25 connessioni FTTC temporanee attivate
- 11 primarie in fibra da 100Mbs ciascuna attivate
- 55 linee telefoniche temporanee attivate
- 6 aree LAN complesse con distribuzione centralizzata su tecnologia Meraki e Datto (Camera di Commercio, Carducci, Cavallerizza, Palco, Agorà e Pretorio)
- 26 punti di distribuzione interna
- 73 access point installati
- 73 switch installati
- 7 firewall classe enterprise installati
- 177 circuiti ethernet realizzati
- 1.176 ore di personale tecnico impiegato durante la fase di allestimento e presidio in manifestazione



4.2. DOCUMENTAZIONE VISIVA



4.2.1. DOCUMENTAZIONE AUDIOVIDEO

Composizione team e fase preparatoria

Durante la fase preparatoria è stata concordata la realizzazione delle seguenti tipologie video: “Boardgame Studio”, “Shortlights”, “Showcase”, “Speed Drawing”, “Highlights”.

Sono stati prodotti in collaborazione con Ak Informatica e VR A.R. due documentari per le mostre di Moreau e di Bonner con tecnologia 360°. Per l'anniversario di Andrea Pazienza il reparto ha curato la serie “Figli di Paz”: serie di interviste con fumettisti di oggi che ne hanno in qualche modo seguito le orme. A concludere l'iniziativa è stata intervistata in esclusiva la madre di Pazienza. Quest'anno è stato costruito un palinsesto esclusivo per Twitch, che è stata scelta come piattaforma principale per la diffusione dei contenuti live, in diretta; di seguito la relazione specifica con analisi e dati.

Video realizzati

Sono stati realizzati e caricati su Youtube in tutto 111 video, così suddivisi (ai seguenti numeri, vanno aggiunte le visualizzazioni sopracitate dei medesimi video pubblicati in forma nativa sulle altre piattaforme social):

Boardgame Studio

- Video realizzati: 34
- Visualizzazioni totali: 4537*

Shortlights

- Video realizzati: 8
- Visualizzazioni totali: 1518*

Showcase

- Video realizzati: 15
- Visualizzazioni totali: 2673*

Speed Drawing

- Video realizzati: 6
- Visualizzazioni totali: In pubblicazione solo su Instagram

Highlights (Day by Day 2018)

- Video realizzati: 5 (giornalieri) + 1 (“Nightlights 2018”)
- Visualizzazioni totali: 24020*

Figli di Paz

- Video Realizzati: 11
- Visualizzazioni totali: 2885*

Video extra

video relativi a incontri in location di prestigio e momenti top della manifestazione (“Experience”), video relativi ai migliori incontri in sala Ingellis, B2B, video di servizio, spot per tv locali e per partner, trailer per

mostre od iniziative speciali e video specifici. Qualche video di servizio specifico non è mai stato messo live e non aggiunge di conseguenza visualizzazioni al complessivo.

- Video realizzati: 31
- Visualizzazioni totali: 10733*

*= aggiornamento al 25-01-2019

Note Finali

Sono stati coperti tutti gli eventi principali e ripresi tutti gli ospiti pianificati.

In particolare:

- Tutti gli eventi del Main Stage sono stati coperti, archiviati e mandati in diretta su Twitch
- Tutti gli eventi al Teatro del Giglio sono stati coperti, archiviati e mandati in diretta su Twitch
- Tutti gli eventi della Sala Ingellis, dello Showcase di Sala Tobino e tutte le presentazioni e gli eventi speciali del Boardgame Studio, sono stati coperti, archiviati e mandati in diretta su Twitch.

Eventuali spostamenti o eventi estemporanei o non programmati ma degni di copertura sono stati ripresi con interventi extra comunicati dalla redazione. È stato girato materiale video di copertura su tutte le location dei diversi eventi del festival, mostre e sezioni; le prestigiose location storiche cittadine e le strutture prefabbricate che ospitavano eventi e protagonisti della manifestazione.



È stato girato materiale specifico sulle personalità e gli ospiti del festival. I documentari su Sara Colaone, Jérémié Moreau e Paul Bonner che rientrano nel ciclo delle interviste di Lucca C&G, presentati durante le personali degli artisti stessi a Palazzo Ducale, hanno riscosso successo dal pubblico e i complimenti dei protagonisti.

Hanno attirato molto l'attenzione del pubblico e degli addetti **ai lavori i due prodotti in 360°**: tecnologia finora poco utilizzata per un approfondimento vero su artisti di questi ambiti, ma al contempo di grande impatto, sia

come novità, sia per il grado di interazione con lo spettatore.

Tutte le iniziative legate al **Walk of Fame** sono state riprese integralmente. Sono state fornite ai responsabili dei social networks, a integrazione della documentazione fotografica, alcune immagini tratte dagli stessi video per la copertura dei canali delle reti social.

La qualità di ripresa è risultata molto alta e completamente in linea anche con le necessità di terzi (media partner, organi di stampa, broadcast televisivi). La cura per la qualità delle riprese video è necessaria come strumento di marketing della manifestazione e del territorio. Le dichiarazioni degli ospiti che contengono parole di pregio per il festival, d'affetto e stima, costituiscono un importante messaggio promozionale.

Sono stati forniti report agli sponsor ed agli investitori che ne hanno fatto richiesta ed è stato fornito footage ai maggiori broadcaster televisivi italiani (**Sky, Rai, La7**) a integrazione della loro produzione.



Paolo Dirzi

4.2.2. DOCUMENTAZIONE FOTOGRAFICA E ARCHIVIO FLICKR

Team

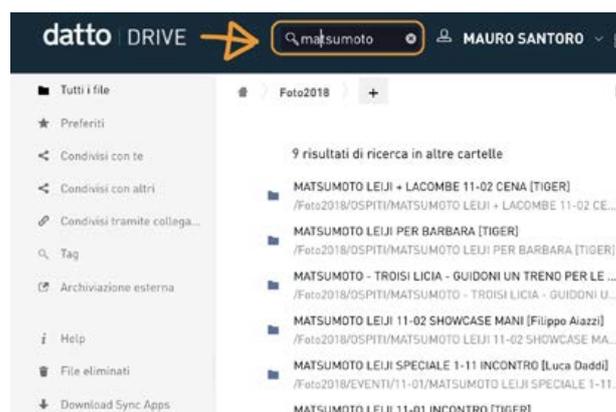
La documentazione fotografica dell'evento nelle 5 giornate dal 31 ottobre al 4 novembre è stata curata impiegando un team strutturato, con 7 fotografi sul campo e 3 addetti in sede, con un workflow di coordinamento, scatto, selezione, sviluppo e catalogazione del materiale scattato. Tale organizzazione ha consentito di rendere disponibile il materiale pronto all'uso già durante la manifestazione, a un livello qualitativo sempre in crescita rispetto alle edizioni precedenti, con il compimento della lavorazione di tutto lo scattato entro l'8 novembre.

Stile e tipologia delle foto

Fondamentale è stato lo studio di uno stile nella post produzione delle immagini, che consente di rendere l'insieme di fotografie riprese da diversi soggetti come un unico flusso di immagini riconoscibili e dalla forte connotazione comunicativa. Particolare risalto è stato dato alla tipologia di immagini; oltre alle classiche foto di "colore", si è sottolineata l'importanza delle riprese "tecniche" degli ambienti, rivolte alla produzione di materiale usabile non solamente in ambito di comunicazione, ma anche B2B.

Archiviazione

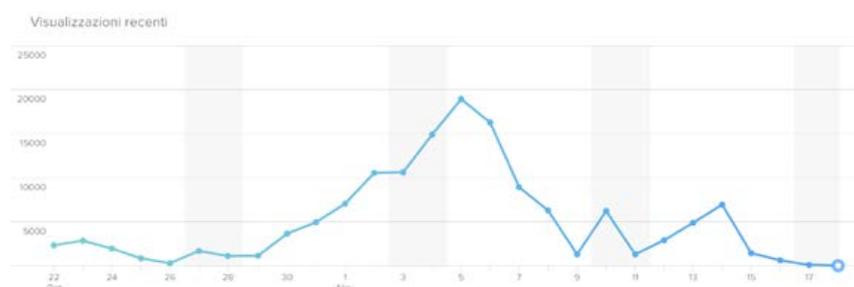
Tutto il materiale è stato reso disponibile su di uno spazio on-line condiviso, con account personale, così che le immagini siano velocemente accessibili, e grazie a un accurato studio della struttura delle cartelle e della loro particolare nomenclatura, la fruizione è possibile sia attraverso la classica navigazione, che con un semplice ma potente motore di ricerca interno.



Flickr

48.000 visualizzazioni nei 5 giorni di fiera

oltre 125.000 visualizzazioni nell'arco di tempo tra il 30/10 e il 14/11, periodo nel quale si è registrato un innalzamento delle visualizzazioni rispetto a quello medio del periodo (visibile nel grafico) 18.926 il picco di visualizzazioni del periodo, nella giornata del 5 novembre. È da notare che nel tempo aumentano anche le visualizzazioni degli album delle edizioni passate.



4.2.3. GRAFICA E ART DIRECTION

La sinergia tra il comparto comunicazione e l'art direction e il corporate brand management è un pilastro della comunicazione visiva della manifestazione. I tre comparti devono essere interdipendenti e lavorare a stretto contatto come nelle ultime edizioni, in particolare in situazioni come:

- definizione del claim e della relativa campagna grafica di comunicazione allestimenti di spazi legati a mediapartnership (per esempio, la Sala Robinson-San Giovanni) stampati in generale (banner adv o clienti in fiera, pagine adv per pubblicazioni cartacee) digitale (sito, social, adv digitale).
- Particolare sforzo è stato investito nella campagna di comunicazione del poster, personalizzabile grazie al software ideato da Lorenzo Ceccotti e un team di sviluppatori. Se da un lato l'impatto comunicativo è stato importante fin dalla conferenza di presentazione (Salone del Libro di Torino, 11 maggio 2018), dall'altro è stato necessario uno sforzo organizzativo per la diversificazione totale di tutti gli stampati.



4.3. STAMPA



No Curves e Sebastiano Mondadori

4.3.1. UFFICI STAMPA

Nell'edizione 2018 sono stati riproposti gli aspetti strategici adottati già nell'edizione 2017, che hanno segnato una svolta nella comunicazione verso la stampa nazionale e internazionale:

- un differente schieramento degli uffici stampa (confermando quello “rivoluzionato” del 2017)
- l'uscita anticipata a livello nazionale di presentazione di claim, poster e prime notizie
- lavoro intensivo con i principali media partnership

Ovviamente questo si è riflettuto, come nel 2017, sull'incisività e sulla penetrazione sui mezzi di comunicazione, misurabile attraverso la misurazione dell'Advertising Value Equivalent (AVE, ovvero la cosiddetta “media evaluation”).

Il dato definitivo dell'Advertising Value Equivalent sommati i dati 2018 di stampa, web, TV e radio, risulta essere superiore del **70%** rispetto a quella realizzata nel 2017. Per quanto riguarda la carta stampata il **18%** dello spazio dedicato al Festival ha avuto il richiamo in **prima pagina**, contro l'1,28% del 2017.



Fonte: "Eco della Stampa"

€ 15.684.981 (+70% rispetto al 2017)

così distribuiti:

stampa	€ 6.455.075
web	€ 1.971.473
TV	€ 6.250.296
radio	€ 1.008.137

Ufficio stampa	funzione
Studio Sottocorno	nazionale + verticale area Movie
LabCom	verticale area Videogames
Barbara Di Cesare / Massimo Di Grazia	regionale

Obiettivi

- Consolidamento dell'immagine del festival presso le testate nazionali
- Aumentare la visibilità e valorizzare i contenuti della manifestazione
- Posizionare la manifestazione come la più importante rassegna a tema a livello europeo

Posizionamento

Nel corso degli anni cresce il ruolo centrale di Lucca Comics & Games come manifestazione di punta per tutto ciò che concerne la cultura pop a 360°, dal fumetto al cinema, dal videogioco ai giochi da tavolo. Proprio per questo è molto chiaro il posizionamento di Lucca Comics & Games, che è il primo appuntamento a tema non solo italiano ma anche europeo. Nell'attività di comunicazione e ufficio stampa si è riusciti a veicolare bene questi concetti, e ad accrescere l'interesse della stampa che ha dato ampia copertura:

• le principali testate periodiche (mensili e settimanali) hanno dedicato spazi sempre maggiori, dimostrando grande interesse nei temi e nei contenuti della manifestazione. Tra le numerose uscite: **Robinson – Repubblica** (con un numero speciale su Lucca C&G), **La Lettura - Corriere della Sera** (con due articoli dedicati), **Vanity Fair** (con due articoli dedicati), **Il venerdì – Repubblica**, **Liberi Tutti – Corriere**, **Grazia**, **Gioia**, **Gente**, **Filmtv**, **Ciak**, **Bestmovie**, **Sportweek**, **Autosprint** e molti altri

• **Variety**, testata internazionale di riferimento per lo spettacolo e l'entertainment, ha dedicato a Lucca Comics & Games un ampio spazio sull'uscita settimanale del 23 ottobre, oltre ad una buona copertura in loco durante i giorni della manifestazione con interviste agli ospiti presenti

• la stampa quotidiana, sia nazionale che locale, ha seguito con costanza la manifestazione con ottimi riscontri in termini di pubblicazioni. Tra i quotidiani nazionali che hanno dato spazio alla kermesse: **La Repubblica** (che il 4 novembre 2018 ha anche dedicato a Lucca C&G la prima pagina), **Corriere della Sera**, **La Stampa**, **Il Manifesto**, **Il Mattino**, **Gazzetta dello Sport**, **Italia Oggi**, **Leggo**, **Il Messaggero**, **Il Tempo**, **QN**, **Il Foglio**. Anche i quotidiani locali hanno seguito in maniera assidua la manifestazione dedicando, in particolare durante i 5 giorni, spazi notevoli

• buona la copertura delle agenzie stampa, e sicuramente sorprendente l'attenzione da parte delle testate web. Un dato certamente interessante è il modo in cui è cresciuta la copertura da parte dei siti web generalisti, che sono andati

LUCCA COMICS & GAMES



Pop-Culture Mecca Draws New Players
Streamers up the ante at the Italian event with movies, TV and eSports bringing heat

By NICK VIBARELLI

This year Lucca Comics & Games, which draws almost 250,000 guests, will really have something for everyone. Michael Fucci and Diego Luna of Netflix's "Marco" Marvel Comics editor-in-chief C.B. Ceballos, executive producer of videogame "Kingdom Hearts III" Shoji Shigenaga, "The Crew" creator James O'Hare, Ferrari racer Luca Badoer and manga master Leiji Matsumoto are among the featured guests expected to be on hand at the event, which runs Oct. 13-16 at the Tuscan town's medieval walls.

This ever-evolving pop culture convention, now in its 22nd year, covers a wide range of events and their results precisely because it "mixes Renaissance heritage with pop culture and creative industries," says Lucca Comics & Games director Emanuele Vertina, who says that many sectors — movies and TV series, printed comics, book publishing and audiobooks, music, video games and esports — are all represented at Lucca at the top levels.

Lucca's format entertainment section, which comprises movies as well as TV and episodic series, is being transformed by Netflix and Italian streamers, just as Hollywood majors and local producers continue to tap into its presensitizing power.

Netflix, which debuted in Lucca last year promoting season two of "Stranger Things" with talents in tow, will be back in full force with its two new "Nani" stars, while the streaming giant's main local challenger, TIM Vision, is launching Professor's memoir drama "Sotto" and "Marco's Runaway" into Italy.

Telecom Italia's TIM Vision, which operates the TIM Vision, is Lucca's main sponsor this year. That's a reflection of how the Italian streamer, which has more than 14 million subscribers, is ramping up operations since recently becoming a co-producer of anticipated Elena Ferrante adaptation "My Brilliant Friend" with HBO and RAI.

And the event's official broadcaster is Sky Italia, Italian unit of the Sky network for which Comcast recently won a bidding war with Disney, and whose New TV streaming platform Comcast is expected to build out soon.

"In the non-demand era, Lucca Comics represents a moment of aggregation," says Giovanna Criva, head of Milan-based entertainment marketing company QML, which runs Lucca's film and TV section.

"Streamers have to speak to the community, because it's the community that says Square Enix made up" British company VisionsAR will produce a preview of fantasy role-playing game "Lone Wolf 4X." Based on the first of its kind mobile game in augmented reality, it's based on the universe created by late great fantasy author and game designer Joe Dones.

Ferrari's new One Star racer Alex will launch his own Alex Academy to train contestants for on-circuit and auto racing and aims to train talents to compete in online championships, just as there is talk that esports could be included in the Olympics by 2024.

TipSheet
When: Lucca Comics & Games
When: Oct. 13-16, 4-8 p.m.
Where: Lucca, Italy
Web: luccacomicsandgames.com

Streamers have to speak to the community, because it's the community that evangelizes.

Media partnership

Le partnership della manifestazione sono state importanti e hanno garantito ottima copertura giornalistica. In particolare **Rai Radio2** (Official Radio) e **Sky** (Official Broadcaster) hanno realizzato molti contenuti e di qualità. Tra i media partner, è cresciuta la collaborazione con **La Repubblica**, che oltre a Robinson ha dato ampia copertura sia sul quotidiano che sul sito, ma anche con le dirette degli appuntamenti allo spazio Robinson. In particolare, è stata dedicata a Robinson una delle principali sale incontri della manifestazione, la Sala San Giovanni, ribattezzata per l'occasione "Sala Robinson - San Giovanni", con relativa brandizzazione a carico della manifestazione, e allestimento di uno spazio per la redazione giornalistica (tavoli, sedie, wi-fi). Ottima la visibilità garantita da Variety, la cui presenza è necessaria per poter avvalorare l'importanza che Lucca ha anche all'estero. Best Movie ha realizzato anche quest'anno due numeri speciali in distribuzione gratuita a Lucca, oltre a una ampia sezione sul numero di novembre della rivista.

Comunicazione con la stampa

1. Conferenze e comunicati stampa (vedi anche sezione 4.5)

Quattro sono state le principali conferenze stampa di rilievo nazionale in avvicinamento alla manifestazione, ciascuna con relativo comunicato stampa, redatto dal responsabile della comunicazione in collaborazione con lo staff centrale.

- 11 maggio: Torino, Salone del Libro (lancio di poster, claim e prime notizie)
- 18 luglio: Lucca, Uffici di Lucca Crea (nuove notizie e principali partnership, brandizzazione del sito web con la grafica 2018)
- 10 ottobre: Milano, Libreria Feltrinelli Piazza Duomo (programma completo)
- 11 ottobre: Lucca, Municipio Palazzo Orsetti (le mostre, le zone della città coinvolte e il programma culturale)

Si è scelto inoltre di aggiungere:

- 2 lanci di comunicati stampa nazionali (senza conferenza stampa) tra il 18 luglio e il 10 ottobre, per poter veicolare al meglio le novità in programma
- 1 lancio verticale sull'attività videogame, dopo il 10 ottobre
- 1 lancio verticale sull'attività movie, dopo il 10 ottobre

inoltre si è ripetuta anche quest'anno l'attività di lanci di comunicati stampa indirizzati ai media locali, suddivisi per categoria merceologica

2. Veicolazione dei comunicati stampa

Dopo la conferenza stampa nazionale, tenutasi a Milano il 10 ottobre, i giornalisti sono stati aggiornati tramite comunicati stampa con cui si sono lanciate nuove notizie o rilanciato temi su cui focalizzare maggiormente l'attenzione durante il periodo di avvicinamento al festival. Durante i giorni della manifestazione sono state inviate comunicazioni quotidiane inerenti al programma di tutte le aree del festival, seguite da recall mirati.

3. Giornalisti ospiti: sono stati ospitati i seguenti giornalisti:

Repubblica (redazione speciale per media partnership), Rai Radio 2 (redazione speciale per media partnership), Nick Vivarelli (Variety), Alessio Lana (Corriere della Sera), Gianmaria Tammaro (La Stampa), Lorenzo Fantoni (Esquire), Pietro Minto (Rolling Stone), Ilaria Ravarino (Il Messaggero), Marco Paretti (Fanpage), Eva Carducci (Foxlife), Carola Carulli (Rai Tg2), Stefano masi (Rainews), Ferdinando Cotugno (Vanity Fair), Gabriele Niola (freelance). Era inoltre presente Luciana Parisi (Rai Tg3).

Attività principali durante il festival

- organizzare l'accoglienza per i giornalisti;
- organizzare e coordinare la sala stampa e le attività stampa
- redazione comunicati stampa quotidiani per la stampa locale e per la stampa nazionale;
- organizzare e coordinare interviste 1to1 round table e press café con il direttore Emanuele Vietina e i principali ospiti (per esempio, Leiji Matsumoto, Diego Luna e Michael Peña, Sibel Kekilli, Neal Adams, Marco D'Amore, Iginio Straffi, Robert Kirkman, Nicholas Brendon).

4.3.2. GESTIONE DELL'AREA STAMPA

Come nelle precedenti ultime edizioni, anche nel 2018 la Camera di Commercio di Lucca ha ospitato l'Area Stampa (nelle sue funzioni di Ufficio stampa + Redazione LC&G + accredito stampa + Sala Stampa + ufficio della Direzione + Press Café + sale per interviste 1to1). La sistemazione si conferma efficace per centralità e decoro degli spazi, adatti a un'attività B2B o comunque non aperta al pubblico.

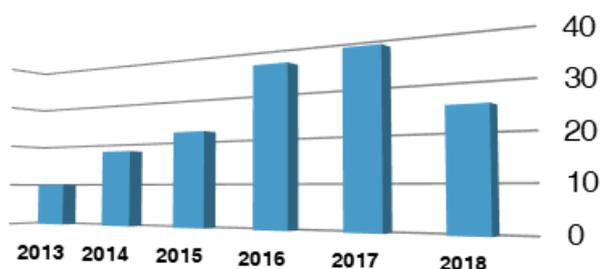
Anche nel 2018 sono state utilizzate 8 sale distribuite sui vari piani del Palazzo, dall'interrato all'altana. Tra queste ha trovato spazio come di consueto anche lo studio per Sky Cinema (Facce da Comics).

Come nel 2017, il rapporto col personale della Camera di Commercio è sempre stato all'insegna della collaborazione, grazie anche alla libertà nell'accesso anche fuori degli orari concordati, previa assunzione di responsabilità da parte del coordinatore della comunicazione sulla gestione dei badge e delle chiavi della struttura.

4.3.3. PRESS CAFÉ

All'ottavo anno, le conferenze stampa sempre più sono uno dei momenti centrali dell'attività stampa di Lucca Comics & Games, molto utili anche in termini di relazioni con ospiti e partner. Gli appuntamenti programmati dell'edizione 2018 sono stati in totale 16, con circa 20 ospiti totali. La media

degli accreditati presenti si è stabilizzata sulle 25 unità, anche grazie a una migliore distribuzione delle partecipazioni. Le due conferenze stampa più partecipate sono state quelle dedicate a: Leiji Matsumoto (76 presenze) e agli ospiti Netflix, Diego Luna e Michael Peña per Narcos: Mexico (62 presenze).



4.4. PROGRAM BOOK

Il Program Book (opuscolo cartaceo con la programmazione della manifestazione) è rimasto nel 2018 alla foliazione dell'edizione precedente, 72 pagine + 4 di copertina. La stampa del programma è tornata in capo alla tipografia Peruzzo, con la quale si era lavorato nel 2016. Il Programma è stato stampato in 60.000 copie. Come di consueto, la versione in pdf è stata caricata online per il download gratuito degli utenti.

4.5. EVENTI STAMPA / COMUNICAZIONE

Segnaliamo una modalità di veicolazione dei contenuti che nel 2018 ha messo in forte sinergia il team comunicazione con il team eventi e altri team della manifestazione. Di seguito gli appuntamenti che hanno seguito questa modalità:

10-13 maggio	Partecipazione al Salone del Libro di Torino 2018
10 ottobre	Conferenza stampa nazionale Milano
13 ottobre	Inaugurazione delle mostre a Palazzo Ducale
31 ottobre	Inaugurazione del festival
1 novembre	Serata di Gala

Per chiara indicazione della Direzione, questo tipo di eventi e di partecipazioni si configurano come momenti di comunicazione della manifestazione, nei quali Lucca Comics & Games si rivolge a pubblici diversi (addetti ai lavori, media, pubblico specializzato, pubblico generalista) veicolando:

- i propri contenuti salienti (culturali, eventistici, di programmazione, commerciali)
- i propri valori fondanti
- la propria immagine (anche grafica)



4.5.1. CASE HISTORY: IL SALONE DEL LIBRO DI TORINO



Emanuele Vietina, Maxime Durand capo del team storico di Assassin's Creed e Christian Greco Direttore del Museo Egizio

Esemplare di questa modalità, come accennato più volte nelle pagine precedenti, è la partecipazione al Salone del Libro di Torino 2018, che si è sviluppata su tre direttrici:

- presenza identitaria: lo stand
- presenza culturale: gli eventi
- presenza educativa: i laboratori

Lo stand

Situato nel Padiglione 1, nella zona dedicata al gioco e al fantasy, è stato concepito con un progetto il cui spunto è derivato dalla settimana di studio allo **IED di Firenze**. La riproduzione della Torre Guinigi, elemento identitario della città, è stata affiancata da spazi in cui riprodurre parte dell'esperienza Lucca: il salotto lettura per i fumetti, una mostra (Federico Bertolucci), la Walk of Fame.

Gli eventi

Organizzati insieme al team eventi del Salone del Libro, hanno portato la tipica crossmedialità di Lucca a Torino, aggiungendo modalità nate a proprio a Lucca (il quizzone, i doppiatori di Voci di Mezzo):

- Lorenzo Ostuni (in arte FaviJ) ha presentato “The Cage” il suo libro di fantascienza legato al mondo del videogioco
- l’anteprima di Lucca Comics & Games con lo svelamento del poster, i primi contenuti e i primi ospiti
- l’incontro tra Vanni Santoni (autore di “La stanza profonda”) ed Emanuele Vietina sul tema della cultura pop e della “generazione profonda”
- la serata dedicata a Game of Thrones cui abbiamo contribuito con i “nostri” doppiatori già protagonisti di “Voci di Mezzo”
- l’incontro con Licia Troisi (regina del fantasy italiano, ospite fissa e “testimonial” di Lucca) sul suo ultimo romanzo
- l’incontro tra Maxime Durand (capo ricercatori storici per il videogioco “Assassin’s Creed”), Christian Greco (direttore del Museo Egizio di Torino) ed Emanuele Vietina sulla crossmedialità e la funzione educativa del videogioco.

I laboratori

Organizzati assieme alla Fondazione UIBI e alla factory di videogioco Ubisoft, hanno portato lo spirito laboratoriale tipico di Lucca, declinandolo sulla tecnologia e i mondi tipici della nostra manifestazione:

- “Storie di robot e di mondi virtuali”: alla scoperta della robotica educativa e della realtà virtuale. In due momenti distinti i partecipanti hanno interagito con i robot di Star Wars, programmandoli e guidandoli attraverso un percorso, e a seguire hanno sperimentato una visita virtuale a Lucca Comics & Games;
- Discovery Tour di Assassin’s Creed: Antico Egitto: le potenzialità educative di Discovery Tour, la modalità del videogioco Assassin’s Creed Origins di Ubisoft che permette di percorrere liberamente tutto l’Antico Egitto e scoprire particolari della sua storia e della vita quotidiana dei suoi abitanti grazie a visite guidate curate da storici ed egittologi. Esplorazione pura, senza la pressione o i conflitti tipici delle dinamiche di gioco.





5. LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

5.1. LUCCA COMICS & GAMES È ZERO WASTE

Lucca Comics & Games anticipa i tempi e si guadagna il riconoscimento “Zero Waste – Rifiuti Zero”, secondo la strategia ideata da **Paul Connett**, professore emerito dell’Università “Saint Lawrence”, accolta per la prima volta in Italia dalla Commissione Rifiuti Zero di Capannori, rappresentata da **Rossano Ercolini**. Il più importante evento crossmediale europeo, dedicato al mondo del fumetto, del gioco e del videogioco, dell’illustrazione e della letteratura fantasy, dell’intrattenimento intelligente, ha intrapreso un serio percorso di sostenibilità, impegnandosi nella riduzione dei rifiuti, arrivando nel 2018 ad una importante svolta che gli è valso l’importante riconoscimento dell’associazione di Ercolini, **vincitore del Goldman Environmental Prize 2013**, prestigioso premio internazionale ambientale.

Hanno annunciato l’importante novità **Francesco Raspini**, assessore all’Ambiente del Comune di Lucca ed **Emanuele Vietina**, direttore generale di Lucca Crea srl, insieme ad **Aldo Gottardo**, membro del consiglio di amministrazione di Lucca Crea srl, con **Lorenzo Gatti**, direttore generale Ristogest. Nell’edizione 2018, per la prima volta, negli spazi ristoro interni al festival, grazie alla collaborazione di Ristogest (general contractor food and beverage dal 2015) sono stati messi a disposizione dei visitatori ben 30 mila bicchieri riutilizzabili, che oltre ad essere un desiderato ricordo della manifestazione potevano essere utilizzati per bere dalle numerose fontane sparse per la città e per bere insieme, anche da bottiglie più grandi, così da ridurre in modo consistente la produzione di plastica durante la manifestazione. I bicchieri sono dotati anche di un pratico laccetto che permette di trasformarli in una sorta di borraccia e di portarli con se, facilitando così la praticità del riutilizzo. Infatti se si considera che per ogni bicchiere sono state non utilizzate almeno due bottigliette da mezzo litro, l’impatto positivo della manifestazione si conta in almeno 100 mila in meno tra bottigliette di plastica e lattine.

Inoltre, tutte le stoviglie e il packaging utilizzati nei punti ristoro interni al festival erano interamente biodegradabili grazie all’utilizzo di piatti, posate e vaschette in parte in polpa di cellulosa, in parte in cartoncino riciclabile e parte in mater-b.

Hanno dichiarato:

“L’amministrazione comunale – ha sottolineato **Francesco Raspini** – ha inteso promuovere le



buone pratiche della sostenibilità ambientale e verso la riduzione dei rifiuti, considerano Lucca Comics & Games come un importante esempio per tantissimi”.

“Una bella sfida per il festival – ha commentato **Emanuele Vietina** – che da sempre si impegna a combinare intrattenimento e cultura. In questo caso oltre a fare da esempio azzerando la plastica nei punti ristoro, abbiamo ospitato anche un incontro con lo stesso Paul Connet e abbiamo promosso una intensa attività di educazione e sensibilizzazione attraverso i laboratori di Lucca Junior”.

“Devo dire che ho trovato nello staff di Lucca Crea una sensibilità ambientale a tutti i livelli – ha evidenziato **Aldo Gottardo** espressione del Comune nel cda di Lucca Crea srl – perché il festival e la società stavano percorrendo questa strada”. I bicchieri targati Lucca Comics & Games di fatto sono stati l’unico oggetto ufficialmente collezionabile dell’edizione di quest’anno.

“Siamo sicuri che questa esperienza sia stata una sorta di apripista – commenta **Lorenzo Gatti** Direttore Generale di Ristogest -, tanto che l’abbiamo già proposta anche all’autodromo di Monza, che si è detto interessato. Abbiamo teso a formare al massimo il nostro personale in servizio in modo che si possa proprio abbattere lo spreco e l’utilizzo della plastica e ringraziamo anche la sensibilità e senso civico degli spettatori”.

5.2. LUCCA CREA NELLE SCUOLE DEL TERRITORIO

Scarty® (realizzato dalla Com.Ing srl) è il progetto scolastico che in tre anni ha coinvolto le scuole primarie entrando, tramite i bambini, in oltre **3.000 famiglie lucchesi**, con un gioco sulla raccolta differenziata e incentivando una serie di comportamenti virtuosi da mettere in pratica fra le mura domestiche per partecipare a un grande concorso. Una vera e propria “gamification urbana”, che ha trovato la sua naturale prosecuzione e un nuovo sviluppo con “BluTube: chi porta l’acqua a casa!” (dell’editore Red Glove), progetto di sensibilizzazione all’uso dell’acqua pubblica iniziato nel 2018, che premia, tra l’altro, la conoscenza del territorio: per guadagnare punti i ragazzi hanno infatti dovuto scoprire e visitare i 26 “Luoghi dell’Acqua”, opere di straordinario interesse storico, architettonico, funzionale che spesso non sono conosciute.



5.3. I PROGETTI CON I.E.D. FIRENZE

Nel progetto per la partecipazione di Lucca Crea al **Salone del Libro di Torino**, attraverso una serie di incontri con gli studenti di **IED Firenze** (Istituto Europeo di Design), si è costruito un percorso che ha portato alla realizzazione di tre differenti proposte di stand; alcuni degli elementi presentati dagli studenti sono stati poi effettivamente realizzati nella progettazione finale.

CREDITS

COMUNE DI LUCCA

Sindaco

Alessandro Tambellini

LUCCA HOLDING S.p.A.

Amministratore Unico

Claudio Del Prete

LUCCA CREA S.r.l.

Presidente

Mario Pardini

Consiglieri

Aldo Gottardo

Marzia Riccomi

Direttore Generale

Emanuele Vietina

Coordinamento Segreteria e Amministrazione

Cristiana Dani

Area Segreteria

Anna Angelici

Lucia Dianda

Area Amministrazione

Silvana Ferrari

Silvia Marcalli

Coordinamento Area Sales

Andrea Parrella

Segreteria Sales

Simone Barsotti

Coordinamento Area Eventi

Silvia Ceccarelli

Jacopo Moretti

Antonio Rama

Coordinamento Immagine Corporate

Francesco Bonturi

EXPO
comics
museum

Progettazione Museo del Fumetto

Giovanni Russo

Lucca
PoloFiere

Coordinamento Polo Fiere & Congressi

Maria Novella Dogliotti

Giovanni Fenili

Progetti Speciali

Dario Dino-Guida

Ricerca e Sviluppo

Maurizio Ciacchella

Legal

Aldo Bellora

Antonio Pellegrino

Compliance e Organizzazione Aziendale

Valentina Maggi (RUP)

Andrea Marengo

Edoardo Rivola

Progettazione Web&Digital e ICT

Alessio Lucarotti

Daniele Luchi

Lucca
Comics&Games

LUCCA COMICS & GAMES

Art Direction

Cosimo Lorenzo Pancini

Area Grafica

Matteo Benedetti

Guido Martini

Studio Genau

Studio KM Zero

Marketing

Gianluca Del Carlo (Main Events)

Gabriele Cenni (Marketing Specialist)

QMI (Marketing Cinema)

Area Eventi

Leonardo D'Agata

Alessandro Di Giulio

Matteo Loffredo

Denise Martinelli

Nora Orlandini

Programmi, Iniziative e Premi

Alberto Cecchetti (Miniature Island)

Dario Cherubino (The Citadel)
Nicola D'Olivo (Street & Fun)
Andrea D'Urso (Educational)
Andrea Faina (Level Up)
Sarah Genovese (Junior)
Simona Mascelli (Music)
Eleonora Mattei (Area Pro)
Riccardo Moni (Collezionando)
Francesco Niccolai (Japan Town)
Fabrizio Paoli (Gioco dell'Anno)
Davide Scano (Ruolimpiadi)

Area Mostre

Mauro Bruni
Roberto Irace
Pierpaolo Putignano

Coordinamento Area Comunicazione

Alberto Rigoni

Area Comunicazione

Luca Bitonte (Produzione Audiovisivi)
Jazmin Kuan Veng (Social Media Strategy)
Igor Mario Medved (Social Editor)
Chiara Menicucci (Digital PR di Settore)
Simone Peruzzi (Web Content Manager)

Uffici Stampa

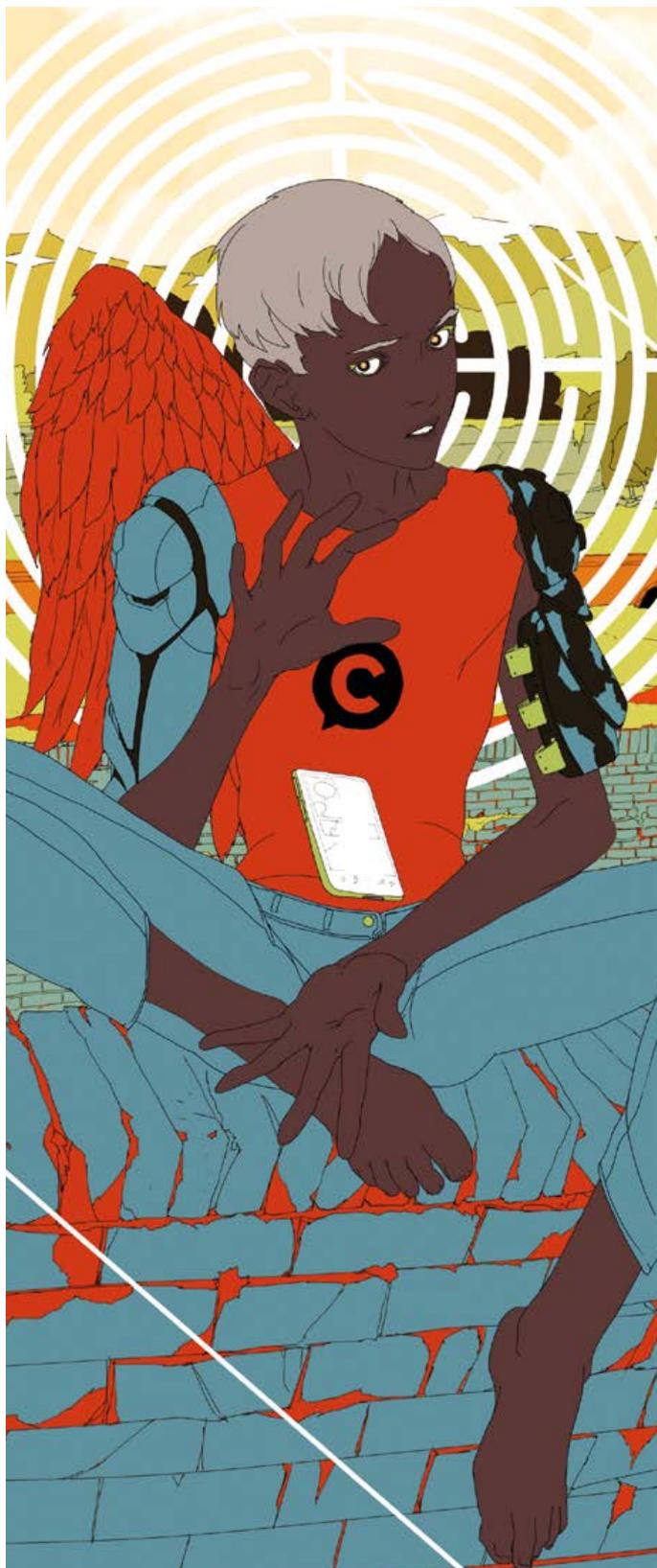
Patrizia Wächter e Delia Parodo (Nazionale)
Marco Giannatiempo (Videogames)
Barbara Di Cesare (Regionale)
Massimo Di Grazia (Locale)

Coordinamento Area Tecnica

Gianni Parenti

Area Tecnica

Jacopo Croci
Andrea Gonella
Luca Marcinnò
Andrea Pellegrini
Duccio Signorini









COMMUNITY. #aLuccaPartecipiamo

Ogni attività di Lucca Crea è volta alle relazioni culturali e deve sviluppare partecipazione e protagonismo attivo per le proprie comunità di riferimento.



INCLUSION. #aLuccaIncludiamo

Le manifestazioni e i servizi organizzati da Lucca Crea hanno come obiettivo quello di creare relazioni inclusive, trovando nella quota di diversità dei media, così come in quella degli individui, il punto su cui fare leva per creare nuovi significati.



DISCOVERY. #aLuccaScopriamo

La conoscenza è il risultato della produzione culturale e delle relazioni nate sul territorio; la scoperta attrae l'attenzione e gli investimenti da e per la nostra Società. La missione del collaboratore di Lucca Crea è quella di disegnare nuove esperienze ed offrire al nostro pubblico nuove forme di conoscenza.



RESPECT. #aLuccaRispettiamo

Il rispetto sta alla base della scelta relazionale della Società. Lucca Crea rispetta i suoi interlocutori, il suo territorio e il suo patrimonio monumentale, ed è coniugando questo capitale con i temi di cui si occupa che costruisce nuovo valore.



GRATITUDE. #aLuccaRingraziamo

Lucca Crea mette al centro della sua azione la gratitudine per coloro che apportano contributi utili a sviluppare il territorio e l'interesse per i servizi che fornisce alle comunità di riferimento; ed è grata agli utenti dei suoi eventi che con la loro partecipazione arricchiscono l'azione strategica della Società.

Lucca Crea s.r.l.

Società della Lucca Holding S.p.A. (art. 2497 bis c.c.)
Corso Garibaldi, 53
55100 Lucca

www.luccacrea.it

tel. 0583 401711 | fax. 0583 401737

info@luccacrea.it

Registro Imprese di Lucca n. 01966320465
p.iva 01966320465 | Numero R.E.A. 185660
Capitale Sociale € 4.509.179,00 i.v.

EXPO
COMICS
MUSEUM

Lucca
COMICS & GAMES

Lucca
PoloFier@

