

BILANCIO SOCIALE e rendiconto culturale 2020



Luccacrea



In copertina: illustrazione inedita di Roberto Recchioni per Lucca Changes, "Dream On"

DREAM
ON!



ARRebdi!

...TTA ITALIANA
...00

Roberto Recchioni autografa le stampe Pineider in edizione limitata per la mostra "Dream On" a Palazzo Ducale



SOMMARIO

IL SALUTO 7

LUCCA CREA ANNO III: UN GRUPPO DI DONNE E UOMINI 12

1. LA SOCIETÀ 19

1.1. GENERALITÀ E RISPOSTA AL COVID 19

1.2. ATTIVITÀ 20

1.2.1. IL NUOVO REGOLAMENTO ACQUISTI 20

1.2.2. ADESIONE A AEFI 20

1.2.3. ADESIONE A RIFF 21

1.2.4. IL RATING DI LEGALITÀ AGCM 21

1.2.5. IL PHOTOBOOK RIZZOLI SU LUCCA COMICS & GAMES 22

1.3. PROGETTI 22

1.3.1. IN-HABIT 22

1.3.2. CO-MIX 23

1.3.3. COLLABORAZIONE CON MAECI 23

1.3.4. EXPO COMICS MUSEUM 25

1.3.5. FELTRINELLI COMICS & GAMES 25

1.3.6. A CACCIA DI STORIE 25

1.3.7. PROGETTI SCOLASTICI 26

1.3.8. GAME SCIENCE RESEARCH CENTER 26

1.4. COMUNICARE LUCCA CREA 28

1.4.1. IL NUOVO SITO DI LUCCA CREA 28

1.4.2. INTRANET 29

2. IL POLO FIERE 33

2.1. LE ATTIVITÀ 33

2.2. NUOVE PROGETTUALITÀ 34

2.3. IL CALENDARIO DEGLI EVENTI 35

2.4. FOCUS SU LUCCA COLLEZIONANDO 36

2.5. MIGLIORIE ED ADEGUAMENTI 37

2.6. COMUNICARE IL POLO FIERE 38

3. LUCCA CHANGES 43

3.1. PROGETTAZIONE ADATTIVA: SCENARI PER UN NUOVO EVENTO 44

3.2. ATTIVITÀ A LUCCA 46

3.3. ATTIVITÀ ONLINE 47

3.3.1. LE CARATTERISTICHE DEL PORTALE WEB 47

3.3.2. GLI EVENTI 49

3.3.3. GLI AUTORI COINVOLTI 56

3.3.4. I PLAYER COINVOLTI 58

3.3.5. LE PARTNERSHIP SPECIALI 59

3.3.6. AMAZON 60

3.3.7. LE MOSTRE VIRTUALI 61

3.4. ATTIVITÀ IN RAI 63

3.5. ATTIVITÀ IN ITALIA 73

3.6. ATTIVITÀ NEL MONDO 74

3.7. ASPETTO TECNICO-ECONOMICI 75

3.7.1. PREMIUM PARTNER 75

3.7.2. ALTRE TIPOLOGIE DI INVESTIMENTO 76

3.7.3. SPONSOR 76

3.7.4. ISTITUZIONI 76

3.7.5. ATTIVITÀ NON CONVENZIONALI 77

3.7.6. LA DIFESA DEL PERIODO: LE NOVITÀ EDITORIALI 77

3.7.7. TICKETING 78

3.7.8. MERCHANDISING 78

3.7.9. IL FOLDER PINEIDER CON I POSTER DEI DREAMERS 78

3.7.10. IL PROGRAMMA OFF 79

3.8. LA COMUNICAZIONE: DA LUCCA COMICS & GAMES A LUCCA CHANGES 80

3.8.1. COMUNICARE LC&G DURANTE IL PRIMO LOCKDOWN 80

3.8.2. COMUNICARE LUCCA CHANGES 84

3.8.3. COMUNICAZIONE DIGITALE 86

3.8.4. STAMPA 87

3.8.5. AREA STAMPA 90

3.8.6. MEDIA PARTNERSHIP 90

3.9. I PREMI 91

CREDITS 95



**Cinque valori,
cinquecento anime**

Il Museo di Palazzo Ducale di Urbino ha organizzato una mostra di opere di arte contemporanea che si svolge dal 15 settembre al 15 ottobre 2020. La mostra è curata da Emanuele Vietina, direttore del Museo di Palazzo Ducale di Urbino, e Vito Crimi, viceministro della Cultura. La mostra è intitolata "Cinque valori, cinquecento anime" e presenta opere di artisti italiani e internazionali. Le opere sono divise in cinque sezioni che riflettono i valori del Rinascimento: la bellezza, la sapienza, la giustizia, la moderazione e la pietà. La mostra è gratuita e aperta tutti i giorni dalle 10 alle 18. Per informazioni, visitate il sito www.museo-palazzo-ducale.it.

dreamOn

Il Direttore Emanuele Vietina introduce il Viceministro Vito Crimi e il Direttore delle Gallerie degli Uffizi Eike Schmidt alla mostra "Dream On" di Palazzo Ducale



STAND-UP KEYNOTE



Yoko Yamada Stand-Up Keynote al Teatro San Girolamo

IL SALUTO

Francesca Fazzi, Presidente



Da sinistra: il Sindaco di Lucca Alessandro Tambellini, il Direttore degli Uffici Eike Schmidt, la Presidente di Lucca Crea Francesca Fazzi, l'Assessora alle Politiche Formative e di Genere Ilaria Vietina, la Direttrice della Fondazione CRL Maria Teresa Perelli e il Presidente della Fondazione CRL Marcello Bertocchini

Una società, Lucca Crea, che esce fortemente colpita dalla pandemia di Covid-19. Organizzatrice di grandi manifestazioni fieristiche, in primis Lucca Comics & Games, Lucca Crea condivide le forti contrazioni di bilancio con tutti gli enti fieristici del panorama internazionale.

Numeri pesanti nel significativo calo di fatturato, che registrano una crisi che non ha fatto sconti; numeri che, paradossalmente, descrivono il già detto per un anno, il 2020, che ha trovato il suo leitmotiv nelle norme anti-contagio, nei necessari appelli al distanziamento, nella cancellazione degli spostamenti, nel valore negativo assegnato ad ogni possibilità di assembramento, uniche armi di difesa, abbinata alle indicazioni igienico-sanitarie e prima dell'arrivo dei vaccini, contro un virus micidiale. Numeri registrati

dagli osservatori di settore che parlano di contrazioni superiori all'80%, ma alla fine numeri intuibili anche dal comune cittadino che ha vissuto sulla propria pelle un anno di divieti.

Un anno che passerà alla storia e che ha reso la nostra Società simile a tante altre con cui abbiamo condiviso incertezza di programmazione, impossibilità di organizzare eventi, tagli, proibizioni, chiusure senza possibilità di appello. Il tutto entro un panorama di grandissima incertezza sulle tempistiche di ritorno alla normalità, peraltro ad oggi ancora fortemente in gioco.

Non è quindi in questa ineludibile, forte contrazione dei fatturati che sta la chiave di lettura del nostro difficile bilancio, quanto invece nelle motivazioni e nelle modalità (col contenimento del disavanzo ben al di sotto dei limiti prefissati dal piano previsionale) che hanno fatto sì che la manifestazione di punta del nostro calendario, Lucca Comics & Games, si svolgesse anche quest'anno nei giorni stabiliti, declinandosi in un grande evento quale è stato Lucca Changes; nuove modalità, individuate da una puntuale analisi preventiva dei possibili scenari, in base alle quali una grande difficoltà si è trasformata in una sfida da vincere: mantenendo alta la qualità delle proposte e quindi implementando il valore del marchio; ampliando e moltiplicando gli assetti comunicativi con cui raggiungere il pubblico, in primo luogo tramite una imponente partnership con Rai, che con Rai 4 e Rai Play ha comunicato per oltre tre mesi i contenuti della nostra manifestazione.



La mostra per i 100 anni di Gianni Rodari alla Cavallerizza, anniversario celebrato con la nuova pubblicazione Einaudi e un progetto didattico dedicato

Una direzione artistica coraggiosa che ha voluto sperimentare ed è riuscita a capitalizzare nuove modalità espressive con costante attenzione al contenimento della spesa; sempre confrontandosi con la logica dei numeri la Società ha saputo implementare relazioni, contatti, partnership, risorse che continueranno ad essere patrimonio del nostro futuro prossimo. Grande attenzione al personale, nostro bene primario, ad ogni possibilità di ristori, alla selezione di bandi, all'adesione a prestigiosi progetti speciali, primo fra tutti la attiva e fattiva presenza di Lucca Crea nell'allestimento di mostre e incontri dedicati al fumetto in 42 città di tutto il mondo all'interno del programma della XX° Settimana della Lingua Italiana, in collaborazione con MAECI e la rete degli Istituti italiani di cultura; grande dinamicità dimostrata anche con la capacità di aprirsi ad ogni spiraglio di possibile ripartenza: ricordo qui che il nostro Polo Fiere è stato il primo ad ospitare un evento con il Salone dell'edilizia e della casa, prima fiera aperta in Toscana nel luglio 2020. Il bilancio sociale 2020 ripercorre tutte le tappe di questo anno 'storico', che vede collocato il nostro evento di punta, Lucca Changes, all'apice della seconda forte ondata pandemica.

I grandi numeri che ormai ci contraddistinguono nel panorama internazionale non sono mancati: 320 eventi digitali seguiti da oltre 250.000 utenti, marcati da indicatori di presenza multicanali e sulle piattaforme web; e non è mancata la forza dell'impegno e della capacità di innovazione, premiata dal continuo interesse dei media e della stampa internazionale e, soprattutto, dall'interesse con il quale ogni nostra iniziativa è stata seguita e attesa da espositori, pubblico e specialisti di settore.



Da sinistra: Il Sindaco di Lucca Alessandro Tambellini, il Direttore delle Gallerie degli Uffizi Eike Schmidt, la Presidente di Lucca Crea Francesca Fazzi e il Presidente della Provincia di Lucca Luca Menesini posano di fianco all'autoritratto giovanile del pittore lucchese settecentesco Bernardino Nocchi, recentemente acquisito dal museo fiorentino



Il Teatro del Giglio, Special Partner di Lucca Changes: l'allestimento della facciata



RAI

Rai

LUCCA COMICS & GAMES

LUCCA COMICS & GAMES

LUCCA COMICS & GAMES

LUCCA CREA ANNO III: UN GRUPPO DI DONNE E UOMINI

Emanuele Vietina, Direttore Generale



Il Teatro del Giglio si prepara per Lucca Changes

Nel 2019, all'atto di intitolare l'introduzione di quel Bilancio Sociale "Sposare il Cambiamento", non sapevamo ancora quanto avremmo dovuto lavorare per sostenere quella promessa pronunciata sull'altare delle nostre passioni, i cui mattoni sono tenuti insieme da una malta molto speciale: la cultura del lavoro del gruppo di donne e uomini che compone Lucca Crea. Ma, soprattutto non sapevamo che Lucca Comics & Games sarebbe diventata *Lucca Changes*.

Un anno pieno di sfide e di incertezze. Una stagione di dibattiti e approfondimenti, che nelle convinzioni degli osservatori più attenti avrebbe accelerato i cambiamenti, ancora loro, e nelle parole di Alessandro Baricco potrebbe anche essere una straordinaria occasione per riscrivere le classifiche. Abbiamo fatto di tutto per non farci trovare impreparati alla nuova normalità. In primis, grazie anche al contributo di Mario Pardini che ringraziamo a salutiamo con affetto per l'intenso lavoro di questi anni, abbiamo voluto rafforzare il dialogo con le istituzioni.



L'ex Presidente
Mario Pardini

Uno scambio costante con il MiBACT anche attraverso l'attento ascolto del Senatore Andrea Marcucci che ben rappresenta il nostro territorio, la collaborazione preziosa con gli Interni attraverso il contributo appassionato del Vice-Ministro On. Vito Crimi, sino all'apporto culturale e operativo del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale culminato con il messaggio ufficiale, per la Cerimonia d'Apertura di Lucca Changes, del Ministro Luigi Di

Maio che ha dimostrato, oltre alla profonda stima per il Festival, grande competenza in merito alle industrie creative e ai linguaggi protagonisti della rassegna lucchese dedicata al gioco e al fumetto.

Al contempo ci siamo adoperati per rinsaldare la relazione con i nostri settori produttivi di riferimento. Consorziarsi con le principali realtà con cui condividiamo le principali missioni è stato proficuo e a tratti esaltante. Dai *Friday Meeting*, informali, con i principali eventi mondiali dedicati al gioco, tra cui Gen Con Indy, UK Game Expo, GAMA - Origins Game Fair, alla recentemente formalizzata RIFF (Rete Italiana dei Festival di Fumetto), fino all'ingresso di Lucca Crea nella più grande famiglia del-

le esposizioni Italiane: AEFI (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane). Una squadra, quest'ultima, composta dai principali player italiani del settore, che non ci ha fatto mai venire meno il suo prezioso contributo fatto di informative, commissioni, consulenze tecniche e giuridiche. Non avrebbe potuto esserci momento migliore e più necessario per fare l'ingresso nel sistema fieristico nazionale se non questo 2020 in cui lo stesso presidente Maurizio Danese ha ricordato che "per tornare alla normalità ci vorrà ancora tempo. Due, tre anni forse", che il nostro è stato "Il primo settore a chiudere e l'ultimo a riaprire, pagando un prezzo altissimo".



Un giorno questo dolore ti sarà utile, avrebbe aperto così Lorenzo Fantoni, qualche giorno dopo il primo di novembre il suo editoriale sulla rassegna 2020. Lui, giovane (per un paese come il nostro) firma della *nouvelle vague* del giornalismo videoludico, commentatore per Wired e La Stampa, nato a cavallo tra le generazioni X e Y affondando le sue radici nella cultura adattiva, avrebbe scelto la figura del dolore per esprimere il grande

sforzio di adattamento che questo gruppo di lavoro aveva cercato e stava compiendo. I *gamer* sono animali adattivi per eccellenza, abituati come sono a plasmare le materie di cui si compongono le loro mitologie contemporanee. E la sua analisi arrivava dritto al punto, come uno colpo ben mirato a Fortnite, come la soluzione di un enigma inventato da Ron Gilbert per una delle sue celebri avventure grafiche. La soluzione del *puzzle game* del 2020 era, e deve essere, un dolore utile. Uno sforzo intellettuale, umano, finanziario, di cui dovremo saper cogliere i frutti negli anni a venire. Dolorosa è stata una annualità in cui la società ha dovuto rinunciare, come racconta questo rendiconto, ad alcune delle attività più care come Collezionando e Il Castello Rivive, ma soprattutto a quel tanto atteso momento in cui, dopo un anno di sorprese, flessibilità e cambiamento (ancora) avremmo dovuto compiere i primi tentativi di innestare gli eventi nel terreno fertile di Crea, magari facendo nascere dei bellissimi ibridi. Proprio come si fa in botanica. Nondimeno non abbiamo rinunciato ai nostri percorsi di cultura e relazioni, un bene primario da erogare al pari dei servizi idrici ed ecologici.

Questa è la strada di Lucca, pronunciata a gran voce nell'estate 2019 dall'Istituto Italiano di Cultura a Parigi, che la pandemia non poteva e non doveva fermare. E quindi le attività di educazione ambientale come BluTube in collaborazione con Geal e l'editore di giochi Red Glove, così come le residenze artistiche per scrittori realizzate con Book on a Tree presso la Fondazione Collodi, passando per la celebrazione della lingua Italiana in oltre 40 paesi sparsi nei cinque continenti, per arrivare al primo grande progetto Europeo a cui Crea partecipa: In-Habit. Un'occasione in cui, con le nostre discipline, cercheremo di contribuire a quella straordinaria avventura che potrà rendere Lucca la prima città in Europa dotata di infrastrutture specifiche per la relazione uomo-animale. E intorno a tutto questo: ricerca e sviluppo. Un'azione culminata il 24 novembre, giorno in cui, nella ricorrenza dei 90 anni



Uno dei tanti video di Elon Musk (inventore, filantropo e fondatore di alcune delle imprese che stanno caratterizzando la contemporaneità come Tesla, SpaceX, The Boring Company, PayPal...) destò grande dibattito perché prese di mira quello che definì l'*MBA-ization of America*. Per farla breve, il noto imprenditore stava puntando l'indice sul fatto che troppe aziende negli Stati Uniti erano guidate da laureati usciti dalle varie Business School. Ma qual era il nocciolo del discorso?

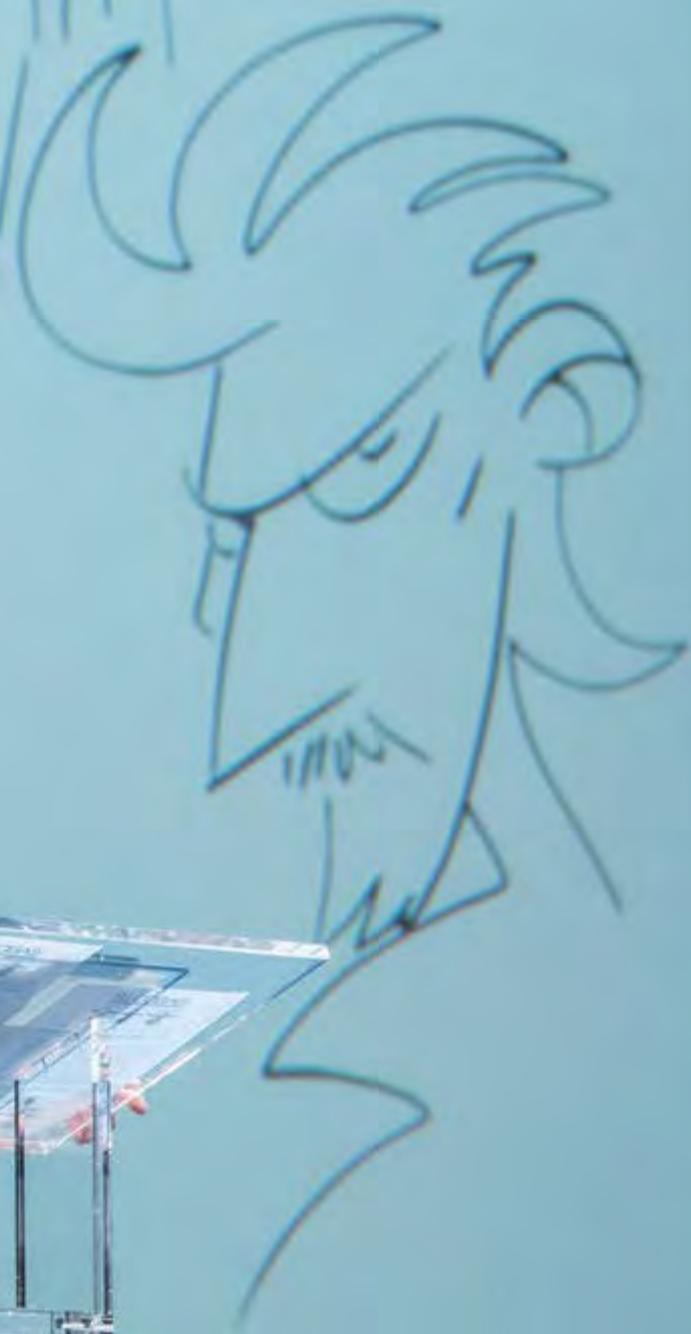
Musk di sicuro non voleva prendersela né con gli studenti né con le università, in quel video però sollevava un problema centrale di molte imprese. Diceva più o meno così: *“spendete meno tempo con i power point e i fogli excel, scendete nella vostra factory e provate semplicemente a rendere il vostro prodotto il più straordinario possibile. Non siate focalizzati in primis sul ritorno dell'investimento ma su quello che è il fine di un'azienda, un'insieme di persone riunite per creare e trasmettere una produzione o un servizio. Meno tempo nelle presentazioni e più tempo con i vostri clienti per capire come il vostro lavoro possa essere il più fantastico possibile... e questo non significa realizzare necessariamente innovazioni rivoluzionarie, ma semplicemente cercare di fare una cosa migliore. Questa è l'unica cosa che conta.*

Una cosa migliore. Ecco in sintesi cosa si è cercato di fare nella *Factory di Crea*, quello che ha tentato di realizzare questo gruppo di donne e uomini, che non aveva previsto niente quando sosteneva di voler *sposare il cambiamento*. Il fisico Niels Bohr ci aveva ammonito, non si fanno previsioni, tantomeno sul futuro... ma, questo invece sì, seguendo le semplici indicazioni di un visionario sudafricano si può avere il coraggio di guardare il futuro dritto negli occhi, con audacia e ottimismo.



Il Direttore di Lucca Crea Emanuele Vietina in collegamento streaming con lo Storyteller Ufficiale di Lucca Changes, Roberto Recchioni, durante la Cerimonia di Apertura del Festival

DREAM
ON!



1. LA SOCIETÀ



Lo spazio Feltrinelli Comics & Games nello store di Piazza Piemonte a Milano durante uno degli eventi in streaming

1. LA SOCIETÀ

1.1. GENERALITÀ E RISPOSTA AL COVID

L'emergenza Covid 19 manifestatasi in Italia dalla seconda metà di febbraio ha costretto l'azienda alla riorganizzazione delle procedure lavorative, dalla fruizione dell'ufficio da parte dei collaboratori e fornitori, alle tempistiche e modalità di lavoro dei dipendenti.



In data 27/02 è avvenuta la prima comunicazione con le nuove direttive indicate dal RSSP Pellegrini (blocco delle trasferte e delle riunioni con esterni, procedure di sanificazione degli ambienti e normativa per la presenza in ufficio), integrate con le comunicazioni inviate ai dipendenti dal 9 marzo che annunciavano l'utilizzo delle ferie non utilizzate al 31/12/2019, l'orario ed il programma di lavoro in modalità smart. Queste procedure, oltre ad essere state condivise con l'ing Pellegrini per quanto concerne la sicurezza dei dipendenti, sono state condivise con il CdA che ha dato indicazioni specifiche sul non utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni in deroga.

Le manifestazioni "Verdemura" e "Lucca Collezionando", organizzate direttamente da Lucca Crea Srl, sono state rimandate al 2021. La manifestazione "Salone dell'Edilizia Leggera", ospitata presso il Polo fiere di Sorbano, non si è potuta tenere nelle date annunciate, nonostante fosse completamente allestita; in accordo con l'organizzatore è stata

mantenuta allestita per ridurre i costi e tempi nel momento in cui le manifestazioni fossero tornate realizzabili. Ciò ha permesso di inaugurare il Salone venerdì 3 Luglio, che è diventato di fatto il primo evento fieristico realizzato nel 2020.

Con la comunicazione del 2 Maggio tutti i dipendenti sono stati informati della riapertura degli uffici dal giorno 11 Maggio, e del relativo calendario di presenza per ciascun ufficio, in modo da mantenere le distanze di sicurezza tra tutti i dipendenti. Questa modalità, che vede un'alternanza tra presenza in ufficio e Smart Working, è stata mantenuta fino a fine anno.

In data 10 Luglio è stata comunicata l'autorizzazione da parte di Lucca Holding alla programmazione ed esecuzione di Lucca Comics & Games 2020. L'autorizzazione "raccomanda al CdA di effettuare un puntuale monitoraggio dei processi di organizzazione dell'evento e delle condizioni di contesto" (prot.

537 del 10 luglio); la direzione ha quindi costantemente aggiornato il CdA dei progressi, dal cambio del nome in Lucca Changes al susseguirsi delle variazioni di scala dell'evento (dall'ipotesi "B" inizialmente prevista, un misto di eventi digitali ed in presenza, all'ipotesi "D" effettivamente realizzata, interamente digitale).

1.2. ATTIVITÀ

Di seguito una breve descrizione di progetti specifici implementati nel 2020: il Nuovo Regolamento acquisti, il rinnovato sito di Lucca Crea, la Intranet aziendale, l'adesione ad AEFI e a Riff.

1.2.1. IL NUOVO REGOLAMENTO ACQUISTI

Al fine di rendere più efficiente la procedura di selezione dei fornitori è stato realizzato un regolamento interno degli acquisti, che definisse quali spese potessero essere imputabili come Spese Economiche, quali come spese come Prestazioni Artistiche e Fiduciarie, ed infine quale iter intraprendere per tutte le altre spese con Procedura Aperta di selezione del Contraente.

La conoscenza dei mondi di riferimento è fondamentale per la valorizzazione degli eventi e quindi per il raggiungimento degli obiettivi fissati nell'oggetto sociale; ne consegue che la selezione dei fornitori, spesso di portatori di un patrimonio relazionale e culturale specifico, debba tenere in considerazione la specificità dei settori di cui trattano gli eventi organizzati dalla società Lucca Crea srl (fumetto, gioco, cinema e gardening). Gli elementi artistici e culturali sono valorizzati grazie al lavoro in ambito espositivo, tecnico, contenutistico e comunicativo; il regolamento acquisti deve saper interpretare questa prerogativa del mercato in cui opera Lucca Crea Srl.

1.2.2. ADESIONE A AEFI



Associazione
Esposizioni e Fiere
Italiane

Associato Aefi

Le relazioni festivaliere e industriali intessute in questi anni da Lucca Crea hanno portato la società ad accedere nel 2020 al sistema fieristico nazionale tramite l'affiliazione ad AEFI (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane). L'Associazione rappresenta gli interessi del sistema fieristico nazionale con 41 enti fieristici associati e oltre 1.000 manifestazioni all'anno. L'iscrizione ha permesso di beneficiare già dall'anno in corso delle attività svolte da AEFI per il settore, con il monitoraggio

costante delle misure economiche a sostegno del comparto pesantemente colpito dagli effetti dell'epidemia Covid 19 e con l'attivazione di corsi di aggiornamento sulle linee guida in materia di salute e

sicurezza nei quartieri fieristici, per ripartire garantendo uno spazio espositivo sicuro, sano e “virus free”. Nel medio e lungo termine le attività di AEFI rappresenteranno una opportunità per Lucca Crea (che già fa parte della Commissione Giuridico-Amministrativa dell’Associazione), che potrà godere di aggiornamenti costanti sull’andamento del settore, sia a livello nazionale che internazionale, nonché sulle normative e sui cambiamenti legislativi.

1.2.3. ADESIONE A RIFF



Lucca Crea è fra i soci fondatori di RIFF, la Rete Italiana dei Festival di Fumetto. Nata in un contesto reso difficile dalla pandemia, che ha portato alla cancellazione di tutti gli eventi del fitto panorama fumettistico italiano, la Rete vuole supportare i festival ponendosi come soggetto autorevole nel dialogo con le Istituzioni, e al tempo stesso promuovere il fumetto in tutti i suoi aspetti in una fase storica che lo vede presente come non mai nel panorama culturale contemporaneo.

La rete vanta ad oggi più di venti associati e ha già raggiunto risultati importanti nel dialogo col Mi-bact, che verranno presto formalizzati in un’apposita convenzione.

1.2.4. IL RATING DI LEGALITÀ AGCM



Le fiere, i festival, le rassegne, i rapporti istituzionali, ma soprattutto la condotta di Lucca Crea ha portato la società a ottenere due ‘stellette’ su tre del rating di legalità attribuito dall’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato AGCM: un riconoscimento che conferma la solidità di Lucca Crea ma anche uno strumento qualificante che evidenzia il modo in cui la società valorizza la cultura della sostenibilità e della responsabilità sociale d’impresa come vantaggio competitivo. Il rating di legalità è un indicatore sintetico del rispetto di elevati standard di legalità da parte delle imprese che ne abbiano fatto richiesta. Tale riconoscimento

prende la veste di un punteggio compreso tra un minimo di una e un massimo di tre “stellette”. Introdotto nel 2012 per le imprese italiane, il rating di legalità è volto alla promozione e all’introduzione di principi di comportamento etico in ambito aziendale, tramite l’assegnazione di un “riconoscimento” indicativo del rispetto della legalità da parte delle imprese e, più in generale, del grado di attenzione riposto nella corretta gestione del proprio business.

1.2.5. IL PHOTOBOOK RIZZOLI SU LUCCA COMICS & GAMES



Il primo contatto con Book on a Tree, l'agenzia che ha sottoposto il progetto, è avvenuto a dicembre 2019 e da subito è parso valido e di enorme prestigio, vista la partecipazione di Mondadori come editore e di Rizzoli come marchio di copertina per l'uscita nelle librerie di tutta Italia. Nell'arco dei primi sei mesi del 2020 sono state messe a disposizione dell'agenzia oltre 34.000 foto del Festival, comprese fra gli anni 2000 e 2019. I testi sono stati

scritti dall'autore, Christian Hill, raccogliendo interviste e ricostruendo alcuni dei momenti più importanti e significativi di Lucca Comics & Games. L'obiettivo di creare un libro fotografico per celebrare lo spirito, l'eredità e i valori del Festival è stato ampiamente raggiunto. Non si è voluto infatti realizzare un libro storico, ma un excursus visivo e valoriale che attraversasse gli ultimi venti anni, quelli della svolta transmediale, del più importante festival europeo dedicato alla cultura pop, particolarmente evidente dal 2000 in avanti.

1.3. PROGETTI

Ancor più in questo anno di pandemia, i progetti speciali slegati dalle usuali attività festivaliere hanno assunto una valenza strategica. Il percorso era già iniziato, tramite l'adesione di Lucca Crea a partenariati nazionali ed internazionali, la crescita delle attività educative dal territorio lucchese a quello di tutta Italia, l'utilizzo del gioco a fini sociali; il 2020 ha consolidato la tendenza, in vista dell'arrivo del nuovo Expo Comics Museum che in questo tipo di progettualità avrà uno dei pilastri della sua attività. Molti percorsi, soprattutto quelli incentrati su Lucca, sono stati incubati da Colleziando, manifestazione a forte vocazione territoriale che prosegue tramite essi nonostante il forzato annullamento.

1.3.1. IN-HABIT



Il 2020 è stato l'anno che ha visto l'avvio di In-Habit (Inclusive Health And wellBeing In small and medium size ciTies), progetto europeo inserito nel programma Horizon 2020 e sostenuto da un ampio partenariato internazionale, che coinvolge quattro città europee medio-piccole (Lucca in Italia, Cordoba in Spagna, Nitra in Slovacchia, Riga in Lettonia) ognuna impegnata in un progetto di sviluppo sociale innovativo. Nel caso di Lucca, il progetto prevede l'implementazione di azioni, policy e infrastrutture che rendano Lucca la città europea più avanzata nell'ambito del rapporto uomo-animale. Il progetto prevede la costruzione di "animal line" tecnologicamente attrezzate che attraversino tutta la città, attorno alle quali implementare le buone pratiche

che costituiranno il “software” del progetto. Forte dell’esperienza nel gioco educativo accumulata con le esperienze di Scarty e BluTube, Lucca Crea dovrà creare un gioco da tavolo da usare come strumento divulgativo nelle scuole lucchesi. Inoltre, dovrà ideare le attività gamificate che, tramite la app di progetto, permetterà alla popolazione di interagire con le “animal line”. Il progetto impegnerà Lucca Crea per i prossimi cinque anni.

1.3.2. CO-MIX



Il 2020 ha visto l’avvio del progetto Co-Mix (Co-generare Mixité inclusive nella città), il cui capofila è il Comune di Lucca, a capo di un ampio partenariato di cui fanno parte il Politecnico di Milano, Caritas, Fondazione Casa Lucca ed altre realtà. Il progetto, della durata di un anno, prevede la realizzazione dello studio di fattibilità per una soluzione innovativa di co-housing sociale in due quartieri lucchesi caratterizzati da situazioni di disagio sociale. Il ruolo di Lucca Crea nel progetto la vede in carica della comunicazione e della disseminazione. Lucca Crea ha sviluppato l’identità visiva del progetto, a partire dal logo; ha aperto e gestisce i profili social, ha realizzato il sito web. Al sito Internet si è associato un concorso indirizzato giovani dei quartieri coinvolti, invitati a condividere la loro visione del quartiere ideale. Obiettivo reale del concorso era di raccogliere dati sul contesto di intervento tramite un apposito questionario sviluppato dal Politecnico di Milano.

1.3.3. COLLABORAZIONE CON MAECI



Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

L’attività internazionale di Lucca crea legata al fumetto, sviluppatasi nel corso degli ultimi anni principalmente tramite la collaborazione con l’**Istituto Italiano di Cultura di Bruxelles**, è definitivamente maturata nel corso del 2020. La pregres- sa collaborazione con gli Istituti italiani ha posto Lucca Crea come interlocutore privilegiato nei confronti del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) per orga- nizzare le attività legate alla XXa Settimana della lingua italiana nel mondo. La Settimana della lingua è un evento celebrato ogni anno in tutti gli Istituti italiani di cultura nel mondo, ogni edizione con un tema diverso. Nel 2020 il tema è stato “L’ Italiano tra parola e immagine: graffiti, illustrazioni, fumetti”. In una decisione strategica incentivata anche dalla pandemia di covid-19, il Ministero ha deciso di produrre dei contenuti da proporre agli Istituti, che erano liberi di adottarli come di produrne di propri in autonomia, come da prassi comune

per queste istituzioni. In questo scenario, Lucca Crea si è trovata ad agire su due fronti: da una parte come fornitore di contenuti per Ministero centrale, da esso riproposti agli Istituti; dall' altra come fornitore diretto di alcuni Istituti fra i più grandi e autonomi, desiderosi di proporre al pubblico dei contenuti personalizzati. La collaborazione col Ministero centrale si è incentrata su due fronti distinti, uno specificamente attinente alla Settimana della lingua, l'altro che ha assunto fin da subito un carattere autonomo e foriero di ulteriori sviluppi. Entrambi i progetti sono accomunati da un elemento che li rende affini nello spirito, il fatto, ovvero, di prevedere l'adozione delle attività che Lucca C&G dedica alla promozione dei giovani autori italiani negli ambiti del fumetto e del gioco.



Il progetto legato alla Settimana della lingua è stato incentrato sul **Lucca Project Contest**, il concorso che da quindici anni premia con la pubblicazione i migliori progetti di storia a fumetti dei nuovi talenti italiani. Il progetto prevedeva la realizzazione di una mostra dedicata ai 15 finalisti, prodotta in versione sia fisica che digitale, in forma rispettivamente di pannelli espositivi pronti per la stampa e di un sito dedicato, il tutto fornito in ben cinque lingue diverse: italiano, inglese, francese, spagnolo e coreano. La versione online è stata accompagnata da dei video in italiano, sottotitolati

in inglese, che hanno raccontato lo svolgimento del concorso, con la partecipazione dei giurati, fra cui gli autori di fama internazionale Giuseppe Camuncoli e Alessandro Bilotta. I video sono stati realizzati in collaborazione con Edizioni BD, partner editoriale del concorso. In questa forma, il concorso è stato adottato dagli Istituti di Shanghai, Istanbul, Praga, Los Angeles, Belgrado, Il Cairo, Madrid, Jakarta, Dakar, Lione, Bucarest e Abu Dhabi.

I progetti autonomi per i singoli istituti si sono incentrati attorno ad una che proposta modulare, che prevedeva una mostra dedicata al fumetto italiano e in particolare al romanzo grafico, anch'essa prevista in versione sia fisica che digitale. Ad affiancare la mostra, altri contenuti liberamente selezionabili dai vari istituti, che sono stati in grado di personalizzare la loro proposta in base alle rispettive esigenze. I possibili contenuti prevedevano delle video interviste a vari autori, un trailer in animazione grafica, degli approfondimenti realizzati su misura e persino la pubblicazione di un volume sul fumetto italiano in versione bilingue. Per questo progetto sono stati realizzati i contenuti, per le seguenti città: Addis Abeba, Algeri, Baku, Barcellona, Belgrado, Berna, Budapest, Chongqing, Cipro, Colombo (Sri Lanka), Karthoum, Kuala Lumpur, Lisbona, Madrid, Miami, Naypydaw (Myanmar), New Delhi, Oman, Pechino, Perth, Podgorica, Pretoria, Quito, Rabat, Rosario, Santiago, Sidney, Sofia, Varsavia, Vienna.

Un secondo fronte di collaborazione col Ministero centrale si è incentrato sulla collezione di arte contemporanea della Farnesina, diventata il tema del concorso per il Miglior gioco inedito, un'attività che si svolgerà in gran parte nel 2021.

1.3.4. EXPO COMICS MUSEUM



Complice la pandemia, il 2020 è stato l'anno in cui il lavoro sul metaprogetto del nuovo Expo Comics Museum è continuato silenziosamente dietro le quinte, in attesa di mostrare i suoi risultati al pubblico nel corso del 2021.

1.3.5. FELTRINELLI COMICS & GAMES



All'interno di un più ampio orizzonte di estensione delle attività targate Lucca Comics & Games, il 25 novembre ha segnato una data storica. Nell'anniversario della nascita di una infaticabile mediatrice delle culture come Inge Feltrinelli, nella nuovissima Feltrinelli di Piazza Piemonte a Milano, la libreria del futuro, nasce Feltrinelli Comics & Games: il primo tentativo di fusione fra le attività di un large scale retail e quelle di un festival culturale.

le, lo sforzo congiunto di due eccellenze italiane per l'accreditamento culturale dei nuovi passatempi umanistici, uno spazio di elaborazione d'avanguardia per il mondo della Pop Culture. L'iniziativa include uno spazio in negozio di 250 mq completamente dedicato, inclusivo di un palco, un'area lounge e una sala per postazioni multimediali ad elevatissime prestazioni tecnologiche dedicata alla formazione e alla competizioni e-sports. Sarà inoltre presente una folta programmazione di contenuti digitali che offriranno alla community di Lucca Comics & Games possibilità di contatto e interazione per tutto l'anno con gli autori, i content creator e gli ospiti normalmente presenti nella città toscana durante i giorni del festival. Nell'orizzonte di questo nuovo asset c'è quindi la volontà di moltiplicare le occasioni in cui respirare e vivere l'atmosfera di Lucca, con l'intenzione di farsi sempre più capillare e inclusiva, oltre che vettore di sviluppo e opportunità per le industrie culturali di riferimento.

1.3.6. A CACCIA DI STORIE



Il progetto di talent scouting dedicato a futuri scrittori di narrativa per bambini e ragazzi, realizzato dal 2017 con la collaborazione della Fondazione Nazionale Carlo Collodi e di Book on a Tree, si è rinnovato senza arrendersi a formare 11 nuovi narratrici e narratori. Dopo Carlotta Cubeddu il 2020

è stato l'anno di Giada Pavesi, vincitrice della seconda edizione, che il 26 maggio è uscita in tutte le librerie con *MySelf - Conosco i tuoi segreti*. Il libro è stato presentato in anteprima live su Instagram,

in un dialogo a due voci tra l'autrice e Fiore Manni (instagrammer, conduttrice televisiva e autrice di libri per ragazzi). I partecipanti alla residenza artistica, svoltasi eccezionalmente in forma digitale durante i giorni di Lucca Changes, sono stati undici giovani talenti della scrittura per ragazzi, selezionati fra coloro che da tutta Italia hanno risposto al bando, che hanno avuto l'opportunità di apprendere nozioni di storytelling, editoria, sceneggiatura, ghostwriting, foreign rights e molto altro, con docenti professionisti del mondo della narrazione. Quest'anno il progetto si è ulteriormente arricchito di una borsa di studio dedicata a Miriam Dubini (scrittrice, drammaturga e attrice teatrale italiana scomparsa nel 2018), messa a disposizione dell'associazione Amref Health Africa che ha selezionato uno dei partecipanti per il particolare respiro sociale della proposta narrativa. Tra i talenti selezionati, il vincitore riceverà un contratto di edizione da parte di Book on a Tree per essere poi pubblicato da Il Battello a Vapore, storica casa editrice di libri per ragazzi.

1.3.7. PROGETTI SCOLASTICI



Le progettualità che coinvolgono le scuole lucchesi (e non solo), ingaggiate tutto l'anno e non soltanto durante il periodo festivaliero, sono diretta emanazione di Collezionando, manifestazione dalla forte vocazione territoriale.

Il progetto "Blu Tube - Chi Porta l'Acqua a Casa", in programma per la sua terza annualità da febbraio a ottobre 2020, è stato sospeso in seguito alla chiusura delle scuole. Il progetto è stato di seguito rimodulato, in accordo con GEAL SpA, prevedendo dei contenuti multimediali di divulgazione e kit individuali per ciascun alunno con l'intento di stimolare le attività di gioco all'interno delle famiglie. Il progetto sarà avviato nei primi mesi del 2021.

Il progetto "L'Ora di Lezione non Basta", il cui obiettivo è quello di favorire uno slancio propedeutico alla crescita e sperimentazione della didattica ludica, ha deciso di posticipare le attività di formazione degli insegnanti previste per l'annualità 2020. È stata comunque svolta l'attività di recruiting degli insegnanti sul territorio nazionale, raggiungendo i 90 iscritti per la formazione, ed è stato svolto un seminario online di introduzione all'uso del gioco di ruolo in classe.

1.3.8. GAME SCIENCE RESEARCH CENTER

Nonostante l'emergenza Covid-19 abbia impattato sui ritmi inevitabilmente più pausati di un centro di ricerca come il Game Science Research Center, il 2020 resta sicuramente un anno di espansione per il giovane progetto nato in partnership fra Lucca Crea e la Scuola IMT Alti Studi Lucca. Il numero di

membri ordinari che hanno aderito alla mission del centro è infatti ormai salito a 57 esperti e ricercatori, andando a coprire ormai buona parte delle energie accademiche attive nella promozione e nello studio delle Scienze del Gioco.



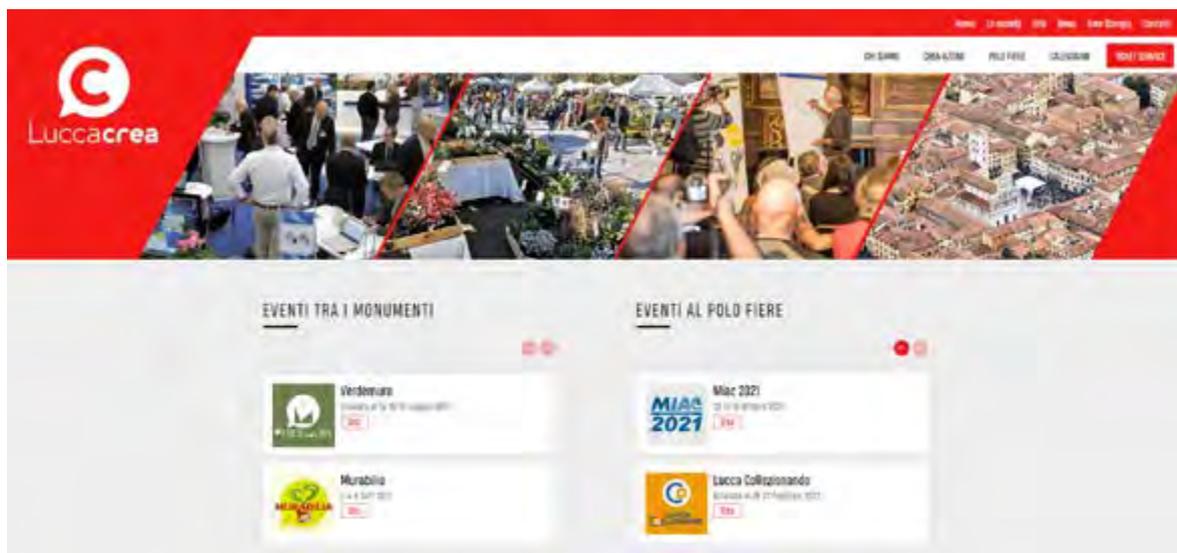
Un saggio delle potenzialità di questo network è stata mostra durante Lucca Changes attraverso i contenuti della rassegna “Game Science Changes”, che oltre al contributo del Direttore Ennio Bilancini, ha annoverato interventi di Gianluigi Fioriglio, Fabio Viola, Maresa Bertolo e Giorgio Gronchi.



Il battesimo della Winter School, tenutosi a novembre 2019. Da sinistra: Chiara Mariti, Professoressa di Fisiologia Veterinaria all'Università di Pisa, Emanuele Vietina, Direttore di Lucca Crea, Ennio Bilancini, Professore Ordinario di Economia presso IMT, Francesco Battistini, Presidente del Consiglio Comunale, Alan Mattiassi e Matteo Bisanti, Roberto Di Paolo, già collaboratore del progetto educativo Blutube, i game designer Eric M. Lang e Andrea Chiarvesio e Tiziano Antognozzi, Event Manager di Lucca Comics & Games

1.4. COMUNICARE LUCCA CREA

Il 2020 ha visto il rinnovo degli strumenti digitali di Lucca Crea, col lancio del nuovo sito aziendale e la creazione di una Intranet ad uso interno. In ambito più tradizionalmente comunicativo, l'anno è stato fortemente segnato dalla pandemia, che ha portato a variazioni anche radicali della normale attività aziendale e dei suoi output, con tutti gli eventi modificati, rimandati o cancellati.



La home del sito luccacrea.it

1.4.1. IL NUOVO SITO DI LUCCA CREA

Il vecchio sito societario fu inaugurato nel 2017 in occasione dell'edizione di Collezionando di quell'anno. Si trattava di una piattaforma composta per lo più da pagine statiche, ricche di immagini e di testi che enucleavano i valori e le funzioni della società. Particolare cura era posta all'aspetto estetico, sorta di manuale di stile da cui derivare le declinazioni grafiche dei vari eventi stagionali.

Nel 2020 è emersa l'esigenza di specchiare sul sito istituzionale l'evoluzione societaria e la ramificazione delle attività sul territorio, cambiamenti verificatisi nel triennio 2017-2020. Lucca Crea aveva la necessità di rappresentarsi come protagonista sulla scena culturale, educativa, turistica della città e del circondario, scopi definiti con chiarezza nel proprio statuto.

La riforma del sito è passata per una migliore suddivisione ed esposizione delle attività in città (e nei borghi limitrofi) o al Polo Fiere, anche al fine di valorizzare la storia di quest'ultimo e le opportunità che il luogo offre (per il quale si è prodotto un nuovo video promozionale dedicato). Si è inserito un link diretto al servizio di ticketing (per facilitare la bigliettazione di tutti gli eventi), il riferimento all'adesione all'Associazione Esposizioni e Fiere Italiane (AEFI) e una migliore descrizione delle competenze e dei servizi offerti, senza trascurare trasparenza e accessibilità agli atti pubblici.

1.4.2. INTRANET

Un progetto iniziato nel 2019, il sito interno alla rete aziendale raccoglie tutti i principali documenti di presentazione della società, le guide alle principali procedure, i documenti essenziali da condividere con i collaboratori. È pensato come strumento ad uso interno, quindi accessibile solo ai dipendenti ed i collaboratori che si connettono alla rete aziendale; contiene sia gli elementi rilevanti per la fruizione degli uffici (le direttive Covid 19 fornite dal RSPP, informativa 231 etc.) sia gli elementi di informazione sulle attività dei vari settori. Inoltre, l'Intranet ha la funzione di repository di tutte le risorse utili ai dipendenti, dai moduli per utilizzo interno, ai disclaimer per la privacy da utilizzare nei documenti esterni etc.

The screenshot displays the Lucca Crea Dashboard, an internal network site. At the top, the Lucca Crea logo is on the left, and the text "Lucca Crea Dashboard" and "Rete interna aziendale" is on the right. Below this is a navigation menu with links for "News", "Società", "Documenti e Processi", "Press", and "Link Esterni". A prominent red banner at the top of the main content area reads "Calendario Smart Working" on the left and "Calendario Smart Working / Lucca Crea Dashboard" on the right. Below the banner, there is a calendar navigation bar with buttons for "1", "2", "3", and a right arrow. The main content area is divided into two columns. The left column features a section titled "Feb 2, 2021" with the heading "Calendario Smart Working" and a sub-heading "Il seguente calendario riassume le giornate di lavoro in ufficio ed in Smart Working". Below this, it lists "Lunedì" and provides details for the "Ufficio Amministrazione e Assit: A. Angelelli, L. Dianda" and "Ufficio ECM & Polai: M.N. Dogliani". The right column features a section titled "Nov 12, 2020" with the heading "CHANGES 2020, There's no easy way out" and a sub-heading "Carissimi tutti,". The text below discusses the challenges of 2020 and the company's resilience. To the right of the main content, there is a search bar labeled "Cerca qui" with a "Cerca" button, and a "Categorie" section with a list of categories: "Comunicazioni Generali", "Informazioni tecniche", "Manifestazioni", and "Press".

LUCCA COMICS & GAMES

STORIE E IMMAGINI DEL FESTIVAL DELLA CULTURA POP

A cura di Christian Hill

Rizzoli

Il frontespizio del Photobook Rizzoli su Lucca Comics & Games

Il riferimento alla donazione pro medici e sanitari impegnati nella lotta al Covid. Il Photobook di Lucca Comics & Games, edito da Rizzoli e curato da Christian Hill, vede il contributo di Lucca Crea attraverso la condivisione del proprio archivio fotografico che conta oltre 30.000 scatti raccolti in più di vent'anni. La pubblicazione nell'anno della pandemia è altamente significativa, perché ha permesso ai fan di rivivere la magia e l'unicità di Lucca Comics & Games nella sua dimensione dal vivo. Lucca Crea, in quanto società partecipata del Comune di Lucca, ha deciso di devolvere le royalties alle famiglie dei medici deceduti per il Covid-19, come segno tangibile di vicinanza.

Con le royalties di questo volume Lucca Comics & Games, e Lucca Crea Srl, supportano il Fondo per le famiglie degli operatori sanitari che hanno perso la vita nella lotta al Coronavirus - "Sempre con voi". Le donazioni hanno l'obiettivo di sostenere le famiglie di medici e infermieri che hanno perso la vita a causa del Covid-19 svolgendo sul campo le attività di contrasto al Coronavirus.

Anche tu puoi fare una donazione tramite bonifico sia dall'Italia sia dall'estero attraverso le seguenti coordinate bancarie:

Banca Intesa Sanpaolo Spa
Filiale di Via del Corso 226 - ROMA
Intestato a Pres. Cons. Min. Dip. Prot. Civ. -Vittime Sa
IBAN: IT66J0306905020100000066432
BIC: BCITITMM



BRRRR. ANZI, MICA TANTO

In due edizioni diverse e in occasione della proiezione delle anteprime di due film a tema glaciale si installano delle sculture di ghiaccio. Realizzate proprio a ridosso dell'inizio del festival, devono durare fino alla fine, quattro giorni più tardi. In uno dei due casi il tempo è alleato (ciò è freddo) e la scultura sopravvive abbastanza bene. Nell'altro, l'inclinazione del clima (oggi: sole, temperature miti) si accanisce contro l'opera mettendola a dura prova. Lo staff la tiene d'occhio costantemente, misura spesso, quantifica scioglimenti. Tema: un tracollo strutturale. Di notte, la ricopre con materiale isolante per prolungarne la vita. Alla fine la scultura ce la fa, restata fino all'ultimo... Ma che brividi.

Certi attori sono talmente noti da non richiedere quasi nemmeno una presentazione. Sir Patrick Stewart ha interpretato un infanzia di personaggi legati al mondo fantasy, alla fantascienza o dai fumetti. Perciò, non poteva non essere da Lucca almeno una volta! (Foto Mauro Sansoni 2018)

Una delle pagine dedicate agli ospiti, nello specifico Sir Patrick Stewart e il cast di Star Trek: Picard

Una delle pagine dedicata alla Battaglia di Bunker Hill

IL MIO REGNO PER UN TRICORNO!

Più di duecento figuranti in costume da milizia o miliziani del Settecento servono altrettanti copricapi, modello tricorno. C'è una ditta in Pakistan che ottiene l'ordine e... basta non farsene finto, non consegna le marce. Il festival si avvicina, l'evento di Bunker Hill anche... ma mancano i cappelli. Un miliziano a capo scoperto potrebbe anche passare, ma un soldato di Be Giorgio senza tricorno? Vengono in soccorso trenta casalinghe della provincia di Varese che, arruolate negli ultimi giorni prima della rievocazione della battaglia, riescono a preparare cappelli per tutti.



Questo primo assalto è destinato a fallire. (Foto Daniela Maleno 2012)



Nella relativa sicurezza delle loro fortificazioni, i miliziani americani riescono a difendersi per ben due volte. Per loro però, c'è il due anche senza il tre. Parte del loro successo, forse, è attribuibile all'ottima fattura dei loro cappelli! (Foto Daniela Maleno 2012)

2. IL POLO FIERE

Il Salone dell'Edilizia 2020

2. IL POLO FIERE

2.1. LE ATTIVITÀ

Grazie a una strategia già avviata negli anni precedenti, sviluppata in maniera più sistematica nel 2019, il gruppo di lavoro si era posto degli obiettivi ambiziosi per il 2020 e per il 2021: nuove fiere, nuovi eventi e nuove progettualità.



Il Consigliere di Amministrazione Aldo Gottardo e il Sindaco Alessandro Tambellini presentano il Tattoo Expo 2020 insieme agli organizzatori

Il ricco calendario di fiere e manifestazioni previste nel 2020 al Polo Fiere è stato però drasticamente rivoluzionato dall'emergenza sanitaria pandemica che ha costretto a un riposizionamento e, in alcuni casi, anche a una cancellazione di eventi già contrattualizzati. La bufera del Covid-19 ha imposto una sfida senza precedenti, richiedendo uno sforzo importante che ha premiato la capacità del team di adeguarsi con velocità e tempismo all'evoluzione delle normative sanitarie. È stato redatto un protocollo con una serie di misure organizzative ed operative finalizzate ad incrementare le misure precauzionali di contenimento adottate a livello nazionale e regionale per contrastare l'epi-

demia di Covid-19, attenendosi alle linee guida di prevenzione indicate dal Ministero della Salute e da Aefi - Associazione Esposizioni e Fiere Italiane. In questo modo la Società, con il suo polo fieristico, ha dato un forte segnale di ripartenza per le fiere di settore, ospitando la prima edizione di **SDE - Salone dell'edilizia e della casa**, la vetrina delle soluzioni più innovative, tecnologiche e di design per il mondo delle costruzioni, dell'architettura e del restauro, che si è tenuta dal 3 al 5 luglio 2020, per l'organizzazione di Exposervice srl. La manifestazione, precedentemente programmata per i giorni 6-8 marzo 2020, ha subito in pieno l'impatto della prima ondata pandemica, con il primo DPCM nazionale che vietava le fiere promulgato il 4 marzo, a soli due giorni dall'apertura. Il Salone, già completamente allestito, è rimasto "congelato" nel Polo Fiere fino all'estate, e si è svolto in ottemperanza a un provvedimento regionale del 13 giugno che allentava le misure nazionali in virtù della positiva evoluzione della situazione sanitaria in Toscana. L'inaugurazione del Salone, prima manifestazione fieristica a tenersi in Italia dopo la prima ondata, è stata salutata come un momento di ripartenza per l'intero settore, e se anche l'evoluzione della pandemia ha smentito l'ottimismo di quella fase, resta un esempio di cui andare fieri.

Gli ampi spazi del quartiere sono risultati inoltre ottimali per ospitare una serie di selezioni concorsuali che hanno visto la partecipazione di circa 2.790 candidati suddivisi in più sessioni tra la metà di

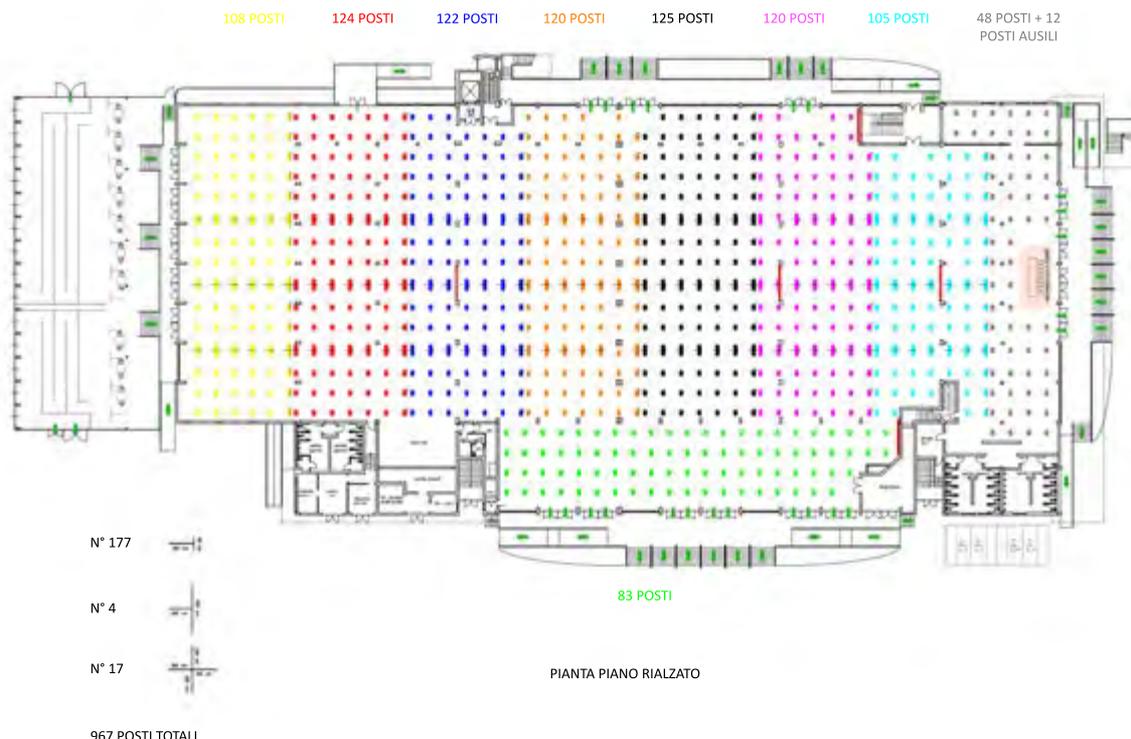
luglio e i primi giorni di novembre, con protocolli di sicurezza eccezionali che solo una struttura con professionisti dell'organizzazione può assicurare. Nella seconda quindicina di novembre erano calendarizzati altre selezioni pubbliche che il DPCM del 3 novembre 2020 ha purtroppo annullato.

2.2. NUOVE PROGETTUALITÀ



Nel corso del 2020 sono stati avviati una serie di progetti finalizzati all'incremento dell'attività del Polo. Nella scelta dei progetti sui quali focalizzarsi sono stati tenuti in primaria considerazione alcuni fattori caratteristici della filosofia di Lucca Crea. Per questa ragione, anche laddove ci si è concentrati su settori merceologici di grande diffusione, la fattibilità è sempre stata valutata in base alla capacità del progetto di esprimere innovazione e

valori, con l'intento di dare al Polo eventi capaci di proporre altri punti di vista su situazioni note, con contenuti sociali, educativi, coesivi rispetto al tema della famiglia, nel rispetto di quella funzione di spazio sociale per la Città che gli compete.

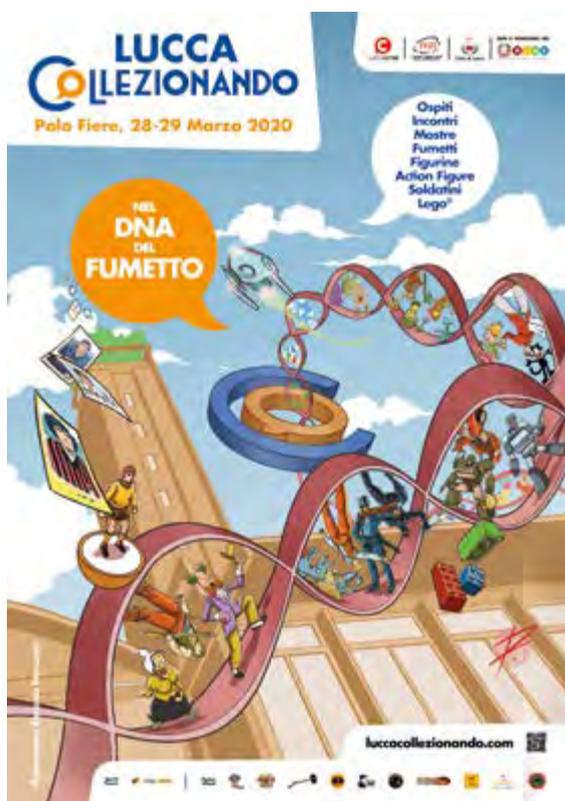


Sono stati predisposti una serie di database, in aggiornamento, per la promozione del Polo quale sede di concorsi, eventi, seminari, meeting e convegni verso Società Mediche, Albi professionali, Enti e Istituzioni pubbliche.

2.3. IL CALENDARIO DEGLI EVENTI

26 - 27 gennaio	6 - 7 - 8 Marzo RINVIATA Al 3 -4-5 luglio 2020
Esposizione Internazionale Felina	Salone dell'Edilizia e della Casa
I gatti più belli del mondo	Progettare. Ristrutturare. Arredare
Anfi Toscana	Exposerice
28 - 29 Marzo ANNULLATA	17 - 18 - 19 Aprile RINVIATA al 25 -26 -27 settembre
Lucca Collezionando	Lucca Tattoo Expo
Fumetti, figurine, soldatini, mostre, incontri e laboratori	Tattoo, spettacoli e food
Lucca Crea	Promolucca Eventi
17 - 18 - 19 Maggio ANNULLATA	9 luglio
Mec Top	Concorso del Comune di Lucca
Tecnologie per l'innovazione - Industria 4.0	
Benso Tuscany	
29 settembre - 1 - 20 -21 - 23 ottobre	10-11-12 ottobre ANNULLATO
Concorsi Università di Pisa	Miac
Università di Pisa	Mostra Internazionale dell'Industria Cartaria
	Edipap
4 novembre	
Selezione Scuola IMT Alti Studi Lucca	

2.4. FOCUS SU LUCCA COLLEZIONANDO



L'edizione 2020 di Collezionando, prevista per il 28 e 29 Marzo, ha visto il proprio percorso di organizzazione interrotto in data 10 Marzo, quando la manifestazione era già in procinto di entrare nella fase di produzione. Come di consueto Lucca Crea si stava occupando dell'organizzazione della quinta edizione di Lucca Collezionando, L'evento, giunto a quella che doveva essere la quinta edizione, è dedicato al fumetto da collezione e a tutti i mondi che a questo afferiscono; è una produzione di Lucca Crea e si avvale della collaborazione di Anafi – Associazione Nazionale Amici del Fumetto e dell'Illustrazione. Quando la situazione pandemica ha portato all'annullamento della manifestazione, la preparazione era dunque già in stato avanzato: la fase di assegnazione degli spazi espositivi era conclusa, con gli espositori pronti a partecipare; il programma culturale era sviluppato, con tutte le attività programmate e calendarizzate; il piano ospiti confermato e il manifesto ampiamente diffuso attraverso un piano di comunicazione a livello regionale e di settore già ampiamente in atto. Riguardo al lavoro sul "brand", oltre a un percorso di intera-

zione sempre più stretto con il grande evento Lucca Comics & Games (sia per l'aspetto di relazione con gli espositori a fini espositivi, sia per interrelazione fra i contenuti dei due eventi), si è anche consolidato il legame con il territorio attraverso la sinergia con altri festival cittadini, con la biblioteca civica Agorà ed il Lu.C.C.A. (Lucca Center of Contemporary Art).

Grazie all'aiuto concreto dell'Assessorato alle Politiche Formative del Comune di Lucca e alla collaborazione fattiva dell'Istituto Scolastico Provinciale di Lucca – Massa –Pistoia è stato confermato il rapporto privilegiato con le scuole, dalle primarie alle superiori, con la creazione di approfondimenti specifici riguardanti la lettura, la sceneggiatura ed il disegno.

Collezionando 2020 avrebbe visto nell'ambito del proprio calendario di iniziative anche progetti specifici di portata annuale, che avrebbero trovato il proprio spazio di visibilità al Polo Fiere:

- **Giocarulando** Seconda Edizione, progetto per l'introduzione del Gioco di Ruolo come didattica formativa all'interno delle scuole secondarie di primo grado;
- **L'ora di lezione non basta**, di cui Collezionando è stata incubatore;

- **BluTube**, che avrebbe trovato in Collezionando lo spazio per un evento di gioco aperto a tutti gli oltre mille alunni iscritti al progetto di educazione ambientale;
- **IRodarici**, attività di formazione per insegnanti e formatori.



Silvia Ziche, ospite d'onore di Collezionando, lascia l'impronta delle proprie mani per la Walk of Fame durante la Cerimonia di Apertura di Lucca Changes

Senza dimenticare la **Walk of Fame**, dedicata ai grandi autori non solo del fumetto che hanno reso grande Lucca Comics & Games, che vede in Lucca Collezionando uno dei suoi due momenti annuali, oltre a al festival novembrino. Due occasioni per raccogliere le impronte dei principali autori legati all'immaginario dei nostri settori di riferimento.

Tutti questi progetti sono comunque proseguiti anche in assenza della manifestazione, contribuendo a cementarne reputazione e vocazione territoriale e nazionale, in un percorso che continuerà nel corso dei prossimi anni.

La manifestazione, infine, resta punto di riferimento per le principali associazioni di fumetto italiane, e ha iniziato anche un percorso di dialogo con altre realtà, quali la Biblioteca delle Nuvoles di Perugia ed altre manifestazioni, basato sullo scambio di know-how e di percorsi espositivi.

2.5. MIGLIORIE ED ADEGUAMENTI

Durante il corso del 2020 gli interventi sulla struttura sono stati ridotti a quelli essenziali e non procrastinabili, vista la situazione di incertezza dovuta alla diffusione del Covid-19.

In particolare, sono stati eseguiti lavori di:

- ripristino guaina copertura struttura, in quanto deteriorata in alcune zone.
- manutenzione specifica del verde interno al quartiere, con specifica attenzione alle alberature ad alto fusto e verifica agronomica per la sicurezza degli stessi.

È stato inoltre avviato e completato lo studio di realizzazione di una più adeguata cartellonistica stradale, con specifiche strutture oggetto di valutazione da parte dei competenti uffici comunali e si è proceduto all'acquisto di colonnine porta-dispenser per il comodo utilizzo di gel disinfettanti, così come previsto dalle normative in materia di prevenzione della diffusione del Covid-19. Per quanto riguarda le manutenzioni periodiche, sia impiantistiche che strutturali, sono state eseguite come da programma condiviso con l'RSPP aziendale.

2.6. COMUNICARE IL POLO FIERE

La comunicazione è stata necessariamente guidata dagli eventi del momento, con cambiamenti anche improvvisi, rispondendo con grande tempestività alle diverse esigenze emerse di volta in volta.



Due le diverse strategie pianificate nel corso dell'anno e messe in atto insieme allo staff di comunicazione: da una parte comunicare il calendario degli eventi, dall'altra dare dimostrazione che la struttura è al servizio della città e del territorio.

• *Polo Fiere all'attenzione dei media provinciali e regionali*

Si è operato mettendo in luce le potenzialità e la versatilità della struttura, allo scopo di attrarre l'attenzione di nuovi stakeholder, di livello regionale, ponendo l'accento sulla sua capacità di accogliere manifestazioni nel rispetto delle normative Covid-19, sempre costantemente aggiornate con

grande elasticità organizzativa. Per raggiungere il risultato si è scelto di comunicare e promuovere sia i singoli eventi presentandoli a livello regionale, sia il calendario complessivo della programmazione del Polo Fiere.

• *Polo Fiere per la città*



L'attività di comunicazione sul piano provinciale è proseguita, in linea con gli altri anni, allo scopo di radicare nella città e nel suo territorio la conoscenza e la consapevolezza di una struttura capace di mettersi al servizio comunità, divenuta punto di riferimento per lo svolgimento di esami e concorsi, in piena sicurezza e nel rispetto delle normative anti Covid.





Sio



FumettiBrutti



Fraffrog



Gigi Cavenago



Rachele Aragno



Roberto Recchioni



Leo Ortolani



Stefano Turconi



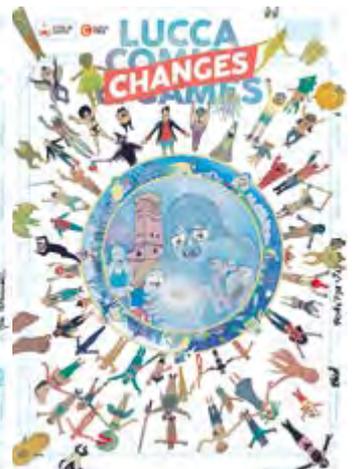
Agnese Innocente



Samuel Spano



Rita Petruccioli



Vincenzo Filosa



YOUR COMICS, YOUR LIVES,
YOUR DREAMS, YOUR PASSIONS,
YOUR HEROES, YOUR EXPERIENCES,
YOUR ESTABLISHMENT, YOUR ARTWORK.

LUCCA COMICS & CHANGES & GAMES

- DREAM ON -

"LA MIA CASA CONTINUERÀ A VIAGGIARE SU DUE GAMBE E I MIEI SOGNI NON AVRANNO FRONTIERE."

- ERNESTO "CHE" GUEVARA -

ALL'INIZIO, LUCCA ERA UN SOGNO DI POCHI CHE, CON ALI ANNI, IL LAVORO E LA PASSIONE, È DIVENTATO QUELLO DI MOLTI. OGGI, CON L'OCCASIONE E LA SFIDA CHE IL MONDO CI HA LANCIATO, NOI VOGLIAMO CHE LUCCA CRESCA E CHE SI APRA A TUTTI I TIPI POSSIBILI DI ESPERIENZE ARTISTICHE, LAVORATIVE, PROFESSIONALI E UMANE. VOGLIAMO CHE LUCCA CAMBI ANCORÀ E CHE SI FALDA CAPACE DI INTERCETTARE I NUOVI STIMOLI E LE DIVERSE SENSIBILITÀ CHE OGNI GIORNO VENGONO ALLA LUCE IN QUESTO MECANICO E CAOTICO UNIVERSO IN CUI VIVIAMO. VOGLIAMO CHE LUCCA SI TRASFORMI E CHE DIVENTI UN SOGNO LONDINENSE, NON PIÙ DI MOLTI, MA DI TUTTI. E PER TUTTI. UN SOGNO CHE OGGI NOI SAREMOSI CHIAMATI NON SOLO A VIVERE MA A CREARE. QUEST'ANNO, LUCCA CONTINUA A SOGNARE. FATILO ASSIEME A NOI.

ROBERTO RECCHIONI



ONLINE E IN TUTTA ITALIA
29.10 → 1.11 2020

すべての読者の切り取り手を実績に結集する必要がありませ

ALL BLEED ART MUST EXTEND TO SOLID LINE

ARTWORK #
DESIGN
ART
STORYTELLING
Red

Il manifesto di Roberto Recchioni, nella versione che combina tutti gli elementi narrativi dello Storyteller Ufficiale, il testo ispiratore, il messaggio dell'Autore e l'artwork originale, qui riuniti nell'unica rappresentazione d'insieme dopo la Mostra di Palazzo Ducale

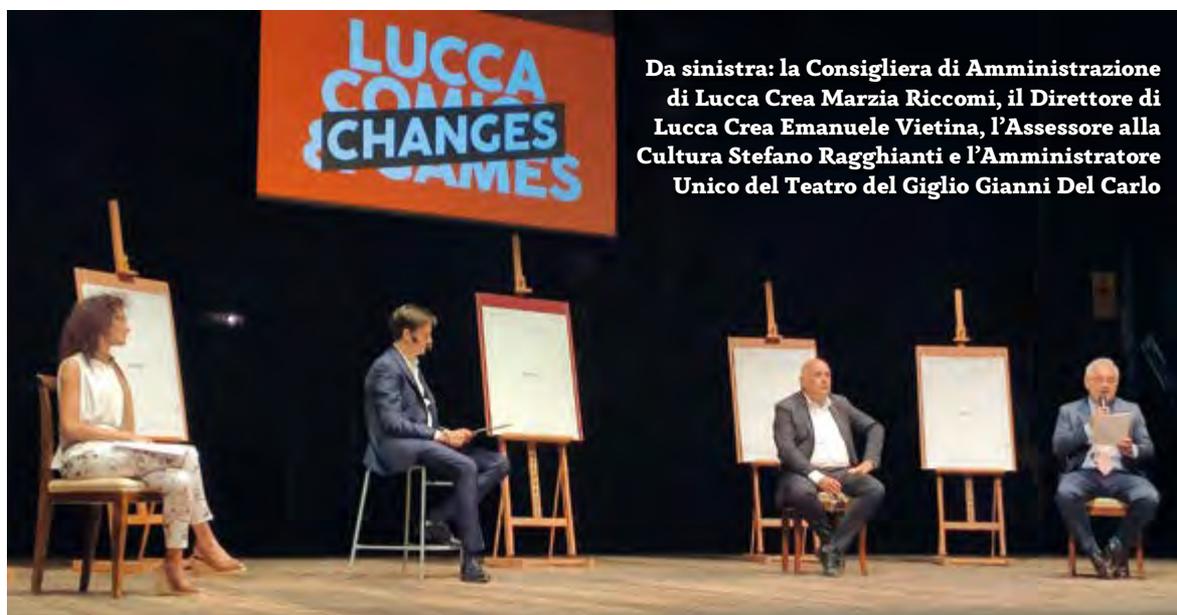
3. LUCCA CHANGES



Ascanio Celestini al Teatro del Giglio legge "La Freccia Azzurra" di Gianni Rodari

3. LUCCA CHANGES

La Cultura anticipa il cambiamento. La Cultura, secondo il filosofo Aldo Masullo, è qualcosa che tiene assieme la presenza dell'individuo e della collettività: io non guardo solo me stesso, ma me stesso e insieme gli altri. Coltivo. La nostra manifestazione ha sempre cercato coltivare sé stessa nella società, per prendersi cura di ogni suo singolo spettatore, restando in bilico, come siamo, tra le varie dimensioni della cultura. Sapevamo di dover ricreare l'Effetto Lucca attraverso un combinato disposto di diverse soluzioni, flessibili e in grado di adattarsi a scenari costantemente mutevoli come mutevole e imprevedibili è la caratteristica dei nostri linguaggi e delle nostre culture di riferimento. Niente di nuovo quindi, ma sapevamo di doverlo fare senza il grande rito collettivo che è la lente d'ingrandimento attraverso la quale sappiamo interpretare gli accadimenti che segnano i nostri modelli di riferimento. Nel 2020: il contingente, la Pandemia e il persistente, quella quarta dimensione della cultura, quella virtuale, che dalla mediosfera attraverso il social è diventata in modo sempre più pervasivo contrappunto delle nostre giornate, consuetudine, momento di conoscenza ed espressione.



Da sinistra: la Consigliera di Amministrazione di Lucca Crea Marzia Riccomi, il Direttore di Lucca Crea Emanuele Vietina, l'Assessore alla Cultura Stefano Raghianti e l'Amministratore Unico del Teatro del Giglio Gianni Del Carlo

La Festa che da oltre 50 anni anima le industrie creative italiane e internazionali a cavallo della fine di ottobre e l'inizio di novembre ha saputo cambiare con i tempi, e più spesso ha avuto l'ambizione di anticiparli. Segni, parole e idee a disposizione di tutti: per pensare, scrivere, parlare. Per fare, per poter essere capiti, per essere accettati. Strumenti alla portata di tutti come un foglio vuoto, affinché ognuno possa liberamente inventare una propria storia, da solo, con gli altri e per gli altri. La grande lezione del Maestro di Omegna.

Questa è stata la proposta globale di Lucca Changes. Artistica, tecnica, economica e produttiva. Una sfida olistica che ha cercato attraverso diverse discipline di decodificare la stagione che stiamo vivendo. La sfida di ripartire da un foglio bianco per reinventare e reinventarsi, lanciata alla città, ai nostri tecnici, agli artisti e agli autori. Una sfida fatta di distanze e di limitazioni che ha trascinato con sé una grande voglia di partecipazione, rinnovamento e condivisione. Un invito per le nostre community alla collaborazione, un evento per cambiare, per crescere, ed imparare a crearne di nuovi.

3.1. PROGETTAZIONE ADATTIVA: SCENARI PER UN NUOVO EVENTO



Una delle ipotesi per Villa Bottini

Lo studio del festival in epoca Covid, iniziato nel mese di Marzo, è stato da subito volto ad individuare un modello adattabile ai diversi scenari allora ipotizzabili: situazione generale pressoché normale, e dunque completamente aperta; situazione a circolazione limitata, oppure sostanzialmente chiusa, in una qualche forma di lockdown. A fronte di una progettazione che doveva presentarsi elastica e reattiva, sono stati fissati quattro pilastri che avrebbero costituito le direttrici entro cui operare:

Una dimensione fisica a Lucca. Dei quattro pilastri potenzialmente il più variabile, con una dimensione espositiva necessariamente scalabile sulla base dei riscontri degli investitori e della situazione sanitaria nazionale, ed una dimensione culturale, da sempre legata a quella editoriale e di disseminazione del prodotto, rivedibile, in una fase immediatamente successiva rispetto a quella dell'esposizione mercatale.

I Campfire in tutta Italia, per rendere il festival diffuso sul territorio nazionale grazie al coinvolgimento dei principali negozi specializzati in fumetto, giochi e narrativa fantasy, che si sarebbero “vestiti” da Lucca Comics & Games ed avrebbero prodotto un volume di attività molto superiore rispetto a quanto possibile solo a Lucca.

Una finestra digitale per ricreare il composito programma di Lucca Comics & Games, coinvolgendo una molteplicità di attori, permettendo a tutti gli appassionati di vivere in diretta gli eventi realizzati a Lucca, e non solo.

La partnership e le produzioni realizzate con RAI per dare luce al mondo di Lucca Changes, raggiungendo centinaia di migliaia di fan e rendendo la Tv di stato, di fatto, un “luogo fisico” del festival.

Sulla base di questi pilastri sono stati sviluppati piani economici, sempre con un'ottica di contenimento dei costi, di produzione ed editoriali per un numero svariato di situazioni, che comunque possono essere riassunti in tre macro-scenari:



Il progetto per la possibile nuova segnaletica cittadina di LC&G

L'esplosione della seconda ondata pandemica a inizio dell'ottobre 2020 ha portato all'imposizione di nuove misure restrittive e al loro rapido inasprimento, con tre DPCM arrivati in successione nei giorni 13, 18 e 24 ottobre. Le nuove misure hanno di fatto imposto lo scenario C, con l'annullamento del Pop-Up store e la trasformazione di ogni evento in presenza in evento online. Anche le mostre, già allestite in Palazzo Ducale, vengono chiuse al pubblico, a cui viene proposta una versione digitale.

La dimensione fisica a Lucca. Dopo vari aggiustamenti successivi dovuti all'aggravarsi della situazione sanitaria, il risultato finale ha visto, come detto, l'adozione di un modello vicino allo scenario C, col Teatro del Giglio e l'Auditorium di San Girolamo usati come studi televisivi, la ex Cavallerizza non più dedicata alla funzione commerciale ma rivolta a un uso "misto" (eventi online, performance etc.), palazzo Ducale impiegata come sede (virtuale) delle mostre, l'atelier Ricci come studio dedicato al gioco di ruolo, Palazzo Arnolfini come sala stampa e "casa Rai", piazza del Giglio come unico simbolo esterno del Festival.

I Campifire. Il progetto non ha subito grosse modifiche dalla versione iniziale, salvo restrizioni legate alla situazione sanitaria nazionale. Si rimanda al paragrafo dedicato.

La finestra digitale. Dopo gli approfondimenti economici per la realizzazione di un portale di proprietà del festival, si è optato per un modello misto appoggiato su piattaforma YouTube, legato al sito di Lucca Crea. Si rimanda al paragrafo dedicato.

La collaborazione con RAI. L'aggravarsi della situazione sanitaria non ha comportato significative modificazioni alla programmazione e alle produzioni coinvolte nella main-media partnership con il Gruppo RAI. Si rimanda pertanto al paragrafo dedicato.

3.2. ATTIVITÀ A LUCCA



Una delle ipotesi per Piazza Napoleone

Gli eventi realizzati a Lucca, al teatro del Giglio, nell'Auditorium di San Girolamo e alla ex Cavallerizza, sono stati l'ossatura della programmazione online di Lucca Changes, e sono approfonditi nei paragrafi seguenti, dedicati alla dimensione web, la principale modalità in cui il pubblico ha fruito il Festival. Un discorso particolare va fatto per il teatro del Giglio, che dopo le esperienze già positive

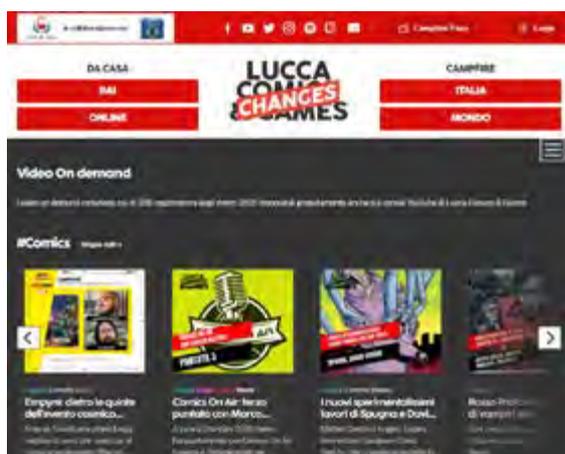
degli anni scorsi ha espresso tutto il suo potenziale come studio televisivo d'eccellenza, ospitando eventi come lo spettacolo teatrale dedicato al famoso personaggio a fumetti Lucrezia e un'episodio speciale dello storico programma Rai per bambini L'albero azzurro, ed esprimendo un miglioramento generale della scenotecnica e della regia streaming.



3.3. ATTIVITÀ ONLINE

L'attività online è stata il fulcro di Lucca Changes, il canale principale con cui il Festival si è proposto al pubblico e con cui il pubblico, nei limiti del possibile, ha potuto interagire col Festival.

3.3.1. LE CARATTERISTICHE DEL PORTALE WEB



Per rispondere alle esigenze del *nuovo* Festival è stata sviluppata una *nuova* piattaforma web che facesse da hub allo sfaccettato ecosistema quadripartito di Lucca Changes. Il nuovo sito ha quindi permesso di gestire l'enorme mole di dati risultante dal circuito Campfire, dal palinsesto di eventi digitali e da quello degli eventi fisici, dalla relazione con il partner e-commerce e con RAI, fungendo da progetto pilota di una piattaforma capace di profilare gli utenti e fornire un'esperienza interattiva e comunitaria. Il progetto è stato gestito adottando un cosiddetto "CMS headless" (software ampiamente elastico e personalizzabile) ed un rin-

novato design Mobile First (adattivo sui vari tipi di device).

Le novità sostanziali sono:

la possibilità per utenti terzi (editori, partner, negozi) di caricare autonomamente pagine web secondo campi preapprovati, garantendo autonomia e privacy;

un ambiente dinamico in cui le schede di ogni elemento cardine della comunicazione digitale del

Festival (scheda stakeholder, ospite, evento, streaming) si interrelano fra loro, creando un sistema di navigazione adattivo per l'esperienza dell'utente;

lo sviluppo di uno strumento per la gestione di eventi streaming integrato con videochat, sponsorship e promo prodotti su marketplace terzi;

sistema integrato di creazione di stream su YouTube attraverso API (librerie software);

sistema di couponing per accesso personale ad eventi riservati;

sistema di streaming multilingua simultanea su doppio canale.

Per la scalabilità verso un grande numero di utenti contemporanei è stata utilizzata piattaforma Amazon AWS.



L'evento digitale in streaming è stato realizzato mediante tre regie principali (due a Lucca ed una a Milano) ed il coinvolgimento di uno staff tecnico di oltre cinquanta persone, tra registi, moderatori e grafici. Ha permesso la trasmissione sui principali canali social, con il coinvolgimento di influencer web per la promozione dell'evento e la partecipazione ad attività mirate, con il Restream di eventi selezionati sui canali dei media partner e degli espositori (tra i quali RaiPlay, Repubblica,

Panini, Bonelli), con una rete di link incrociati a copertura della maggior parte dei player e dei siti del settore di riferimento durante i giorni del Festival. La piattaforma permette inoltre la gestione dei contenuti come video-on-demand (VOD), per poter rivivere l'evento in ogni momento, con la possibilità di avere un link diretto per gli acquisti ed una visibilità degli sponsor che dura oltre l'evento, mantenendo i video sul canale YouTube per una fruizione tramite la piattaforma video più diffusa al mondo.

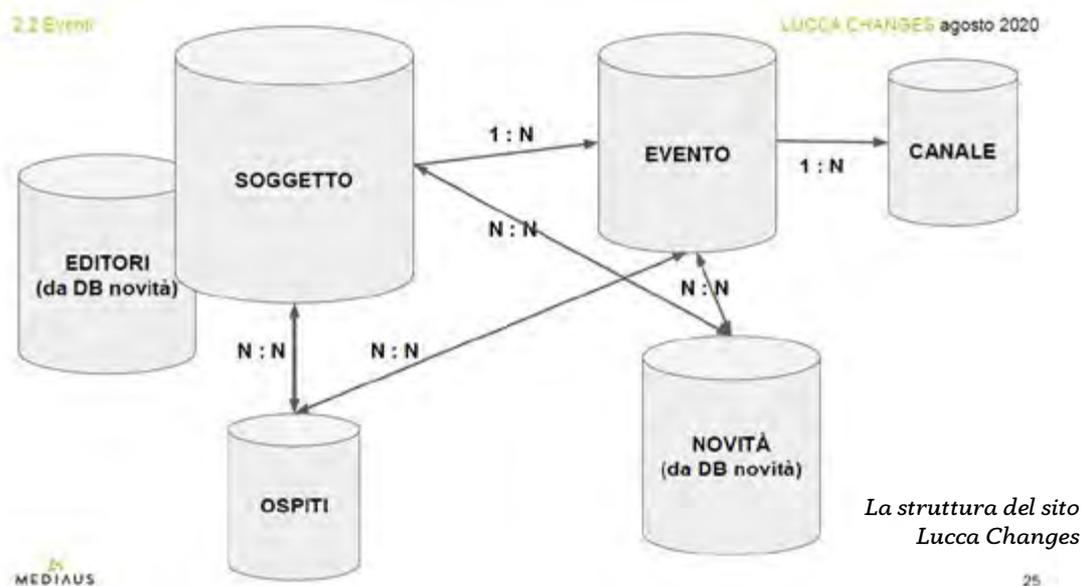
I dettagli applicati ad ogni asset:



Campfire: Il sistema ha permesso il caricamento autogestito dei dati (eventi e progetti in store) da parte dei 115 retailer, ha valorizzato ed indicizzato dinamicamente i singoli punti vendita su mappa permettendo di associarvi i due database dei prodotti acquisibili da ogni negozio (i fumetti, i libri ed i giochi ordinabili dal negoziante, e quelli acquistabili realmente dall'utente finale), con una pagina dedicata ad ogni negozio.

E-commerce e fiera digitale: il sistema ha permesso la realizzazione di schede prodotti collegate ad autore ed evento per un rimando diretto al portale Amazon. In prospettiva sarà possibile anche la rea-

lizzazione di Schede Espositore che riassumono per ogni soggetto prodotti, eventi ed ospiti coinvolti, come già realizzato da Festival competitor.



RAI: il sistema ha permesso l'integrazione dei 12 contenuti originals presenti su Raiplay

Eventi digitali: È stato creato un sistema di visione integrato con chat interna, titolo dell'evento, gestione di codici promozionali per contenuti riservati o ad accesso limitato, prodotti collegati all'evento, banner promozionali.

3.3.2. GLI EVENTI



Lucca Changes ha visto la realizzazione di più di 230 eventi all-digital creati ad hoc per l'edizione, di cui ben 198 in diretta, sviluppati insieme ad oltre 100 realtà, tra cui più di 50 editori come Mondadori, Panini, Salani, De Agostini, Asmodee; company internazionali come Amazon, BMW, Nintendo, Sony, 01Distribution; Istituzioni come Polizia di Stato, Centro Nazionale Trapianti, Maeci, Europa Creativa e Ambasciata Israeliana.

Fra questi anche una dorsale di 50 contenuti creati dal Festival, per valorizzare le sottospecialità

amate dai fan e trasporre in digitale le consuete aree tematiche di Lucca Comics & Games: eventi per celebrare i premi, le autoproduzioni, il mondo cosplay o la pittura di miniature.

Si uniscono a questi altri 400 eventi realizzati in 75 Campfire, di cui 130 godibili tramite il sito della manifestazione, oltre ovviamente agli eventi realizzati da Lucca ed ai contenuti creati per Rai, per un totale di oltre **800 contenuti indicizzati sul sito**, divisi fra panel, performance, sessioni di e-sports e gioco organizzato, documentari, performance musicali, sessioni di firme, mostre.



Ottime le visualizzazioni: oltre 250.000 utenti unici dal 29 ottobre al 1° novembre hanno generato sui canali proprietari di Lucca Comics & Games più di 1 milione di visualizzazioni e **più di 1,5 milioni di minuti** di video visualizzati, con un ottimo campione di under 24 (22%), ed un over 45 pari al 17%, segnale della consueta trasversalità del pubblico del Festival.

Visitatori digitali 2020*:	
under 24	22%
25-34	30%
35-44	25%
45-54	17%
over 55	6%
*Dati Youtube	

Visitatori fisici 2019:	
16-25	28%
26-35	32%
36-50	29%
over 50	11%

Nelle due tabelle a sinistra si evidenzia la grande vicinanza in percentuale fra i visitatori digitali 2020 e quelli in presenza del 2019, suddivisi per fasce di età

Gli eventi Fumetto: il multiverso della nona arte, da Lucca sullo schermo. Oltre 150 gli eventi prodotti a tema fumetto, divisi per filoni e realizzati in collaborazione con il settore e le sue più rappresentative realtà.



Keynote: gli eventi di lancio dei nuovi cataloghi delle realtà editoriali che scelgono il Festival come piattaforma di lancio delle novità, come Sergio Bonelli Editore, lo storico editore italiano che durante Lucca Changes ha deciso di presentare i suoi progetti 2021 attraverso uno strutturato panel girato in uno studio ricostruito in 3D, mentre Edizioni Star Comics ha invece deciso di sperimentare un nuovo format coinvolgendo la stand up comedian Yoko Yamada, che ha animato la presentazione ospitata al teatro di San Girolamo. J-Pop ha invece coinvolto il gruppo musicale Gli Psicologi, special guests di un incontro dai loro studi milanesi.

J-Pop ha invece coinvolto il gruppo musicale Gli Psicologi, special guests di un incontro dai loro studi milanesi.



Fumetto Americano: non sono mancati gli appuntamenti legati al Fumetto Americano, come l'incontro *Good Morning DC*, incentrato sui personaggi femminili dell'Universo DC Comics, la Sketch Battle fra Casey Parsons ed Helena Masellis, l'evento celebrativo sui 15 anni del fenomeno *The Walking Dead*, ed il panel su *Empyre*, il nuovo maxi-evento Marvel, guidato da Al Ewing e dall'italianissimo Valerio Schiti.

Made in Asia: centrali gli approfondimenti del Ciclo Made in Asia: Giappone, ovviamente, ma anche Corea del Sud. Cominciamo con un esclusivo approfondimento su *Asadora*, curato dall'influencer Dario Moccia. Da menzionare sicuramente una performance a quattro mani fra il celebre coreano

Kim Jung Gi e la giovane Pang-E, ed il webinar *Il Giappone e l'arte dell'animazione*, curata dall'Am-basciata giapponese con docenti dell'Università Ca' Foscari di Venezia.



Fumetto Europeo: molto presente anche il fumetto europeo, con eventi come il panel sul fumetto ispanico *Fra mille tempeste e Il tesoro del cigno nero*, incarnato dai maestri Paco Roca, Guillermo Corral e Tony Sandoval intervistati da Fabio Geda; o come gli approfondimenti sulle distopie dell'est Europa, eventi con Ales Kot e Daniel Zezelj. Esemplicativo l'appuntamento *Un percorso nella debolezza* sul rapporto fra fumetto e psicologia, con

l'enfant prodige francese Lou Lubie che dialoga col Prof. Giampietro Loggi.



Fumetto Italiano: Immane ovviamente il ciclo sul fumetto italiano, con focus su prodotti editoriali specifici, come il nuovo volume di *Monster Allergy* con la sua nuova autrice Licia Troisi, o la presentazione di *Scheletri* con Zerocalcare, già bestseller. Da ricordare anche l'approfondimento sull'arte della sceneggiatura, con il pluripremiato Lorenzo Palloni.

I crocevia del fumetto: una serie di approfondimenti a cavallo fra cultura alta e cultura pop che raccontano le sovrapposizioni del fumetto con le altre discipline. Spiccano fra questi *Una questione di sinapsi*, sulle collisioni tra fumetto e filosofia, *Arte e fumetto*, con, fra gli altri, il Direttore della

Pinacoteca di Brera James Bradbourne, ed *Oltre la Satira*, sulla relazione politica-comics, che ha visto coinvolto anche Fernando Masullo, l'ex vicedirettore di Rai 3.

Gli Eventi Pro: non sono mancati eventi dal taglio professionale, dedicati ad un pubblico di addetti ai lavori, come *Chi fa da sé*, panel sull'autoproduzione, e *Ripensare i comics - La cultura del fumetto oggi*, evento dal taglio accademico sul fumetto come materia di studio universitario, con docenti del calibro di Sergio Brancato e Stefano Prisante.

Gli eventi Speciali: incontri che spiccano per identità e contenuto. Tre esempi calzanti sono:



Destinazione Luna: realizzato in collaborazione con l'Agenzia Spaziale Italiana e Sergio Bonelli Editore in occasione del nuovo numero di Nathan Never, a cavallo fra scienza e fantascienza, che ha visto fra i partecipanti anche l'astronauta **Luca Parmitano**, moderato dal giornalista **Emilio Cozzi**.

Un allegro ragazzo ipnotizzato: parte del ciclo Neurocomics, ideato da Luca Raffaelli in collaborazione con l'Istituto Italiano di Ipnosi, Numero Cromatico, Segnospoletto e Treccani libri, il professor Camillo Loriedo ha intervistato nello stato di ipnosi l'artista Davide Toffolo, analizzando le sue performance illustrative e la relazione fra Neurologia e fumetto.



La Prefettura di Lucca e Silver: per sostenere il progetto "Giovani ambasciatori della prevenzione Covid" della **Prefettura di Lucca**, il festival ha deciso di coinvolgere **Silver** e **Lupo Alberto**. Da sempre impegnato in campagne per il sociale, dalla lotta all'AIDS alla donazione di sangue, il celebre fumettista ha realizzato per l'occasione alcune vignette, che con puntualità ed ironia riflettono sul Covid 19. A contribuire alla realizzazione delle tavole c'è stato l'intervento del **Prof. Massimo Galli**, **Direttore del reparto Malattie Infettive** dell'ospedale **Sacco di Milano**, e il **Prefetto di Lucca Francesco Esposito**, che hanno partecipato ad un evento digitale moderato dal **giornalista Rai Riccardo Corbò**. La campagna di sensibilizzazione con protagonista Lupo Alberto è diventata la sigla

di chiusura del palinsesto digitale di Lucca Changes, ed ha ricevuto forte rilevanza mediatica su canali e testate nazionali.



L'evento di The Games Machine su
Cyberpunk 2077

prodotto/anteprime, recensioni, panel/interviste con autori, dimostrazioni di gioco, laboratori tematici (in particolare dedicati al mondo degli autori di gioco e all'editoria di settore), documentari (come *Storie di giochi da tavolo – 5000 anni di curiosità e aneddoti*, prodotto per Rai con Andrea Angiolino; o *Il mondo del soldatino*, curato da Alberto Cecchetti di Miniature Island), celebrazioni e premiazioni (da *Ruolimpiadi Anthology*, dedicato ai 25 anni delle Ruolimpiadi, all'ormai tradizionale "premio Chiosso").



dei **Pinguini Tattici Nucleari** che ha scelto Lucca per lanciare il suo primo libro in anteprima italiana, e la seguitissima coppia di youtuber **Stef e Sphere**.

Gli eventi Gioco-Videogioco: attività trasversali e rappresentative. Il settore Gioco ha generato 108 eventi, mentre il Videogioco ulteriori 44, considerando gli eventi prodotti internamente e con l'ausilio dei nostri partner (in particolare, IoGioco e Gioconomicon per il settore Gioco, e The Games Machine per il Videogioco).

In entrambi i settori, gli eventi prodotti afferiscono per la quasi totalità alle categorie di lancio di

Junior: le opportunità per i teen fra fumetto, fantastico e divulgazione. Per il pubblico dei giovanissimi alcuni appuntamenti preziosi con ospiti internazionali. Il primo per conoscere meglio **Eoin Colfer**, creatore della saga di **Artemis Fowl** in occasione dell'uscita di *The Fowl Twins*. Il secondo dedicato a **Raina Telgemeier**, regina mondiale delle graphic novel per ragazzi ed autrice che più di ogni altra sta compiendo una rivoluzione conquistando anche i lettori più difficili. Il terzo, con **Kami Garcia** e **Louise Simonson**, dedicato a riscoprire in chiave young adult due eroine dell'universo DC Comics: Harley Quinn e Raven. Fra gli italiani, **Fraffrog** e **Francesco Muzzopappa**, lo scienziato **Luca Perri**, il più famoso gamer italiano, **Pow3R**, **Daniele Giannazzo**, **Riccardo Zanotti**



maestro, scrittore, giornalista ma soprattutto colui che prima degli altri ha intuito la necessità e l'urgenza di un'educazione alla fantasia affiancata a una piena fiducia nella creatività infantile.

Per celebrare Rodari è stata allestita una mostra espositiva, disponibile in virtual tour sul sito della manifestazione, di 100 illustrazioni rodariane realizzate da 100 artisti contemporanei. Con gli interventi di Pino Boero, fra i maggiori studiosi dell'opera rodariana, Vanessa Roghi, storica, autrice di una recente biografia e Gaia Stock della casa editrice Einaudi Ragazzi, si sono ricordate le eccezionalità di Rodari; mentre l'attore Ascanio Celestini ha messo in scena un reading tratto da *La Freccia Azzurra*; per i più piccoli, dal Teatro del Giglio di Lucca, è stato trasmesso lo spettacolo *L'Albero Azzurro - Dodò e l'avventura spaziale* a cura di RAI Ragazzi. Fra gli appuntamenti più seguiti online, anche le Lezioni di Fantastica con gli interventi straordinari dell'attore Giulio Scarpati, del pedagogo Federico Batini, dell'illustratore Alessandro Sanna e del giovanissimo book blogger Null, nonché la sfida all'ultimo gioco di parole fra Andrea Angiolino e Beniamino Sidoti nel loro *A parole son bravi tutti*. Grande successo anche per le attività di formazione per educatori a cura del Parco della Fantasia di Omegna e del webinar dedicata al fumetto nelle scuole con Susanna Mattiangeli e Rita Petruccioli. Nei 2021 proseguiranno le celebrazioni con il progetto *Rodarica* realizzato insieme a Book on a Tree allo scopo coinvolgere gli insegnanti e i bambini delle scuole primarie di Lucca che vorranno cimentarsi con il "Kit della Fantasia", ispirato da uno degli ultimi racconti scritti da Rodari, *Il gioco dei quattro cantoni*. I bambini diventeranno muratori, elettricisti, idraulici e impiegati della fantasia e lavoreranno sia da casa propria che in classe grazie alle attivazioni a distanza di Book on a Tree. I migliori elaborati, rodarianamente parlando, cioè quelli che presenteranno uno slancio creativo, un salto audace, uno sberleffo intelligente, saranno sviluppati e presentati in un percorso espositivo originale.



Junior: il caso Rodari 2020. “Non racconti zuccherosi ma una cassetta degli attrezzi per costruire nuove storie”. Questo l’insegnamento del Maestro di Omegna, che ha animato le diverse le iniziative per celebrare il Centenario della nascita di Gianni Rodari, sostenute grazie al contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca con la collaborazione di due partner editoriali d’eccellenza come Electa ed Einaudi. Un omaggio a uno dei più grandi intellettuali del Novecento italiano,

Musica: l’Anime Vocal Contest e il Comics On Air. L’anima musicale di Lucca arriva sul web attraverso due format imperdibili: l’Anime Vocal Contest e il Comics On Air. Il concorso musicale *Anime Vocal Web* ha l’obiettivo di scoprire nuovi talenti vocali che propongono un repertorio dedicato al mondo dell’animazione, delle colonne sonore e del fantasy. Nell’ottica del cambiamento, in occasione di Lucca Changes, anche l’Anime Vocal

Contest diventa... web! Grazie alla collaborazione con i media partner Radio Bruno, Supersix, Musical-news e Radioanimati, che anche quest'anno sostengono l'iniziativa, l'associazione Red Phoenix ha organizzato la gara canora dedicata al mondo delle sigle e delle colonne sonore più amate in una speciale versione online. Il pubblico da casa è stato coinvolto in prima persona, tramite la votazione dei video delle esibizioni dei candidati. In palio per il vincitore la produzione di una sigla, oltre ad altri premi speciali.

Comics On Air: insieme a RadioAnimati per conoscere da vicino i protagonisti del mondo delle sigle Tv di ieri e di oggi. I Manga Boys, ovvero l'estro e la voce di Stefano Lucato e di Cristina Valenti, affermati professionisti della scena musicale italiana, che nei primi anni 2000 hanno saputo riportare al grande successo di pubblico sigle RAI come *Digimon* e *Guru Guru*. Melody Castellari, autrice di indimenticabili pagine della storia della musica italiana per artisti come Mina, Ornella Vanoni e Mia Martini. Marco Destro: interprete di successi generazionali come *Power Rangers* e *Che Campioni Holly e Benji*.

Japan. L'Ambasciata del Giappone ha rinnovato la sua pluriennale collaborazione con il festival, proponendo il seminario online *Il Giappone e l'arte dell'animazione*. Due protagonisti d'eccellenza hanno condotto il pubblico nel multiforme mondo dell'animazione giapponese, dalle serie in voga in Italia negli anni Ottanta fino al cinema indipendente: la Professoressa Maria Roberta Novielli, docente presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, e il regista e animatore Kōji Yamamura, candidato all'Oscar con *Atama Yama (Mt. Head)* nel 2003, e vincitore assoluto nei maggiori festival internazionali d'animazione.

JNTO – Ente Nazionale del Turismo Giapponese e Cristina D'Avena hanno “incontrato” il pubblico per parlare di Giappone e anime, ripercorrendo la carriera dell'iconica interprete e del suo rapporto con il Paese del Sol Levante e con la cultura giapponese.



Cosplay. Il mondo Cosplay di Lucca Changes si è sviluppato attraverso un grande spettacolo, realizzato a porte chiuse al teatro del Giglio: un contest cosplay unico con grandi premi ed ospiti organizzato con la partnership di Crossover Universo Nerd. La poliedrica e bellissima Giorgia Vecchini e il simpatico Paolo Picchi hanno condotto questo fantastico evento che ha alternato sfilate ad approfondimenti con i partecipanti.

3.3.3. GLI AUTORI COINVOLTI

Una vasta compagine di **oltre 330 autori**, di cui **oltre 70 internazionali**, ha partecipato agli appuntamenti digitali di Lucca Changes: fumettisti, romanzieri, illustratori, creatori di giochi provenienti da paesi come Stati Uniti, Giappone, Francia, Germania, Spagna, Corea del Sud, Canada, Messico, Giappone, Gran Bretagna, Israele, Singapore e Australia, hanno animato gli approfondimenti culturali dell'edizione.



Gli Ospiti Fumetto. Una variegata selezione di artisti internazionali del mondo fumetto ha affollato Lucca Changes, seppur attraverso la webcam. Maestri italiani come Silver e Zerocalcare, grandi firme amate dai ragazzi, come Sio e Pera Toons, miti dell'animazione disneyana come Dan Haskett e Premi Oscar come Shaun Tan, firme supereroistiche come Walter Simonson e Giuseppe Camuncoli e nomi di eleganti graphic novelist Francesi come Cyril Pedrosa e Lou Lubie. Per non parlare poi dei

maestri asiatici come Kim Jung Gi e Hiro Mashima. All'insegna della Scoperta ed in puro stile Lucca, hanno interagito con loro alcune eccellenze provenienti da altri mondi di riferimento: nomi come James Bradbourne, Direttore della Pinacoteca di Brera, il giornalista Fernando Masullo, l'astronauta Luca Parmitano, il Professor Massimo Galli, i comici di Casa Surace, la comedian Yoko Yamada, hanno arricchito con il loro contributo il già eccezionale parco di talent. Il loro coinvolgimento viene dettagliato nel paragrafo 3.3.2.

Gli Ospiti Gioco e Videogioco. Il settore Gioco ha visto la partecipazione di molti importanti autori, editori ed esperti di settore italiani, da Andrea Angiolino a Roberto Di Meglio, da Immanuel Casto a Nicola De Gobbis, da Emiliano Sciarra a Spartaco Albertarelli, ma anche internazionali, come Chris Pramas (autore, tra gli altri, di Warhammer Fantasy RPG). Inoltre, molti editori si sono messi in gioco, personalmente o tramite il loro staff, raccontandosi e raccontando giochi in catalogo o di prossima uscita.



Nel settore Videogioco, vale la pena di segnalare, tramite la collaborazione con Sony, un'intervista esclusiva a Brian Horton, direttore creativo di Insomniac e del videogioco più atteso per PS5 (*Marvel's Spider-Man: Miles Morales*); l'intervista a Daniele Duri, Principal Animator di CD Projekt RED per l'attesissimo *Cyberpunk 2077*, gli interventi del celebre streamer di videogiochi Michele "Sabaku" Poggi, così come di Alessandro "DocManhattan" Aprea.



A cavallo tra gioco, videogiochi e ricerca, va segnalata la rassegna dei dieci eventi organizzati con il Game Science Research Center, che vede la collaborazione di diverse università italiane e la partecipazione di numerosi ricercatori il cui campo di studio è, per l'appunto, il gaming nelle sue diverse forme, inquadrato da diversi punti di vista.



Gli Ospiti Fantasy. L'area dedicata alla *fiction*, alla narrativa di genere, che a Lucca Comics & Games è sempre stata tradizionalmente legata ai mondi del gioco e dell'illustrazione fantastica ha puntato tutto sul coinvolgimento di ospiti di alto profilo. Se a Lucca ogni anno si può incontrare almeno un grande scrittore best seller, quest'anno, online, ci sono stati ben cinque autori delle più famose saghe fantastiche: Cassandra Clare (*Shadowhunters*), Terry Brooks (*Shannara*), Christopher Paolini (*Eragon*) e Jonathan Stroud (*Bartimeus*) e la giovane rivelazione Leigh Bardugo (*Grishaverse*).

phor Paolini (*Eragon*) e Jonathan Stroud (*Bartimeus*) e la giovane rivelazione Leigh Bardugo (*Grishaverse*).



Non è mancata un'incursione nel mondo narrativo e nelle illustrazioni di *Dungeons and Dragons* con R.A. Salvatore e Todd Lockwood, oltre a un assaggio di concept art con due grandi artisti provenienti rispettivamente dalla Lucasfilm e dalla Pixar: Iain McCaig e Armand Baltazar. Restando nel mondo dell'*imaginative realism* uno degli incontri più seguiti è stato quello con Alan Lee, premio Oscar alla miglior scenografia per *Il Signore degli Anelli - Il Ritorno del Re*. Ma la narrativa fantastica è in grado di affrontare anche i grandi temi sociali: è il caso di *Athena Protocol*, il libro della scrittrice britannica Shamim Sharif introdotta al pubblico italiano da un altro big: Patrick Ness.

Oltre al ricco parterre internazionale, non sono mancati gli scrittori italiani, fra i quali **Licia Troisi** e **Leo Ortolani** in un incontro sul Fandom, **Francesco Guccini** e **Loriano Macchiavelli**, **Luca Tarenzi** per presentare il suo nuovo romanzo *L'ora dei dannati* (Giunti), **Guido Sgardoli** con la sua *Anomalya* (Giunti), **Melissa Panarello** con *Cuori Arcani* (Mondadori), **Manlio Castagna** e **Paolo Barbieri** con *I Venti del Male*, **Massimo Polidoro** e **Carlo Martigli** che hanno parlato di misteri e fake news nella storia, **Giovanni Eccher** in un omaggio a Howard Phillips Lovecraft e molti altri.

3.3.4. I PLAYER COINVOLTI



La dimensione digitale di Lucca Changes, attraverso la sua fitta rete di attività ed iniziative, è riuscita ad aggregare ed a rappresentare i settori della cultura pop in maniera unica ed eccezionale, vista la complessa annata funestata dal Covid. Sono stati ben 85 i player culturali coinvolti, fra editori (Mondadori, Panini, **Sky**), company videoludiche (**Sony**, **Nintendo**) ed istituzioni (**Agenzia Spaziale Italiana**, **Centro nazionale Trapianti**, **Polizia di Stato**, **Ambasciata Israeliana**).

Player Fumetto. L'intero settore fumetto ha partecipato attivamente a Lucca Changes, dai grandi editori alle piccole etichette: fra loro **Panini Comics**, **Sergio Bonelli Editore**, **Bao Publishing**, **Edizioni BD**, **Coconino-Fandango**, **Feltrinelli Comics**, ma anche **Eris Edizioni**, **Hollow Press** e **Kleiner Flug**, che hanno proposto e sviluppato con il Festival iniziative digitali portando all'attenzione le più interessanti opere editoriali con uscita riservata a Lucca.

Player Fantasy. Lucca Comics & Games è un raro caso di festival crossmediale che ha deciso di includere fra i media rappresentati e valorizzati la narrativa, settore che ha trovato anche in Lucca Changes un partner ideale per la promozione dei propri contenuti: da **Armenia** a **Il Castoro**, da **Giunti** a **De Agostini**, gli editori hanno coinvolto un ricco parterre di autori internazionali che hanno scelto la finestra offerta dal Festival per raccontarsi al pubblico italiano.



Player Gioco. Il settore Gioco ha visto la partecipazione di praticamente tutti gli editori italiani del gioco di ruolo e da tavolo, con poche eccezioni: da **Asmodee** a **dV giochi**, passando per **Ares Games**, **Serpentarium**, **Giochi Uniti**, **Ravensburger**. Nel settore Videogames, si riconfermano le presenze di Sony Playstation, con l'intervista esclusiva al già citato Brian Horton; di Nintendo, che ci ha supportato nella realizzazione di tre eventi ce-

lebrativi per il trentacinquesimo anniversario di Super Mario Bros; di Ubisoft, che ha supportato Neoludica per la realizzazione di un evento sulla game art.

3.3.5. LE PARTNERSHIP SPECIALI

IoGioco, Gioconomicon e The Games Machine hanno collaborato con il festival tramite un accordo stretto con **Aktia**, società che controlla i rispettivi marchi, producendo e distribuendo contenuti tematici sui loro canali (Facebook e YouTube) così come sui nostri. Il loro apporto, anche in fase di distribuzione, ha aiutato ad ampliare il bacino d'utenza del festival di oltre 20.000 visualizzazioni, con una ulteriore copertura promozionale dei post di circa 100.000 utenti.

Rubie's, il più grande produttore di costumi al mondo, è entrato per la prima volta in partnership con Lucca Crea sponsorizzando e promuovendo un Cosplay Contest interamente online – realizzato per la prima volta dal Festival, con la partecipazione di celebri cosplayer.

Panini e Mini hanno realizzato inoltre all'interno del Festival il lancio della nuova Mini Cooper, facendone illustrare una a **Carmin Di Giandomenico** con il supereroe **Flash**, per festeggiare in contemporanea il venticinquesimo anniversario di **Mini** e l'ottantesimo compleanno del supereroe più veloce del mondo. L'evento, prodotto nella sede della Ex Cavallerizza, è sfociato nella conferenza stampa dedicata e in un evento online, ripreso da diverse testate nazionali di settore e generaliste.



Partnership con interlocutori istituzionali hanno portato inoltre alla produzione di diversi eventi: dal lancio del fumetto del Commissario Mascherpa con **Polizia di Stato** all'incontro su *Il Futuro degli Eventi*, che ha visto la partecipazione del **Vice Ministro degli Interni Vito Crimi**, oltre ai **sociologi Domenico De Masi e Barbara Mauser**, e ad **Alfredo Accatino, direttore creativo delle cerimonie olimpiche**.



Per il secondo anno consecutivo il **Centro Nazionale Trapianti** è stato partner di Lucca Comics & Games. Il 2020 è l'anno di un progetto particolarmente originale, *Donatori di ruolo*. Il tema della donazione e del trapianto è stato raccontato con il linguaggio moderno e immersivo di un Gioco di Ruolo, *Cyberpunk Red*, creato dal game designer Michael "Mike" Alyn Pondsmith e pubblicato in Italia da Need Games.



Lucca Comics & Games e gli Uffizi: insieme. Il direttore degli Uffizi **Eike Schmidt** è stato ospite della manifestazione, in visita a Lucca durante la giornata inaugurale della rassegna 2020. Durante questo appuntamento, in formato sperimentale, Schmidt ha ribadito la centralità del festival nel calendario europeo dedicato alla creatività in occasione dell'acquisizione da parte delle Gallerie dell'opera del pittore lucchese del XVIII secolo Bernardini Nocchi.

“È naturale che le Gallerie degli Uffizi vogliono confrontarsi e dialogare con realtà come Lucca Comics & Games” ha dichiarato il direttore durante la cerimonia di apertura. “Vogliamo far nascere una collaborazione - dice Schmidt - nel segno dell'unione e della sinergia tra tutte le forme d'arte e le forme espressive”.

Lo statement di una così rilevante istituzione museale e culturale italiana è stato uno dei momenti più significativi e innovativi del progetto Changes, in cui Eike Schmidt, ripreso anche dai media internazionali, ha ribadito quanto la collaborazione dovrà andare oltre progetti puramente espositivi ma essere in grado di sviluppare, **Comics e Uffizi insieme**, anche incontri, confronti tra storici dell'arte e maestri del fumetto, eventi, insomma un progetto culturale complessivo, sfaccettato, pluriennale, e di ampio respiro. Lanciato in una fase in cui in cui prepotentemente si stava tornando all'emergenza sanitaria questo statement si è tradotto in un messaggio forte e simbolico: quello di tante forme d'arte ed espressioni culturali diverse che si tendono la mano e si sostengono con la loro forza delle idee e delle persone. Un vero e proprio atto di resistenza al Covid-19.

3.3.6. AMAZON



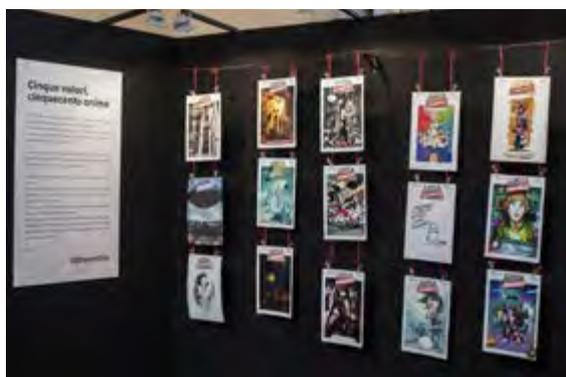
Gianmaria Tammaro conduce Cover, uno degli eventi speciali Amazon, con Zerocalcare

In occasione di Lucca Changes, Lucca Crea ha messo in campo una forte partnership con Amazon per la realizzazione **dell'e-commerce ufficiale del Festival**. Lo scopo non era semplicemente implementare un canale di vendita che supplisse all'assenza dei padiglioni fisici, ma permettere al pubblico di acquistare i prodotti su cui era incentrata la programmazione digitale di Lucca Changes. La possibilità di incontrare virtualmente un autore e di poter acquistare il suo volume imme-

diatamente e senza abbandonare l'incontro, racchiude in versione digitale l'essenza della dinamica d'acquisto tipica di Lucca Comics & Games, che si è fatto il massimo per preservare. Oltre allo store brandizzato, contenente **22.000 prodotti**, Amazon ha dedicato a Lucca Changes **cinquanta giorni di bannering sulla Home Page generale**. I risultati sono stati due milioni di visitatori sul sito dello Store e otto milioni di visualizzazioni dei prodotti, per un totale di **500.000 vendite** tra fumetti, libri, giochi, videogiochi e DVD. Amazon ha anche offerto ai visitatori **tre bundle esclusivi**, e ha realizzato **cinque eventi speciali** entrati nella programmazione del Festival.

3.3.7. LE MOSTRE VIRTUALI

Le mostre di Lucca Changes, per venire incontro al quadro normativo, si sono trasformate in esposizioni **completamente digitalizzate**, in modo da dare la possibilità a ogni interessato di visitarle gratuitamente tramite il virtual tour disponibile sul sito, ed ammirare sia i lavori che i palazzi storici che li hanno ospitati.



tra professionisti e appassionati, per un grande movimento spontaneo, un racconto fatto di immagini e idee. La mostra è stata realizzata in collaborazione con **Fondazione Banca del Monte** di Lucca ed allestita nel prestigioso Palazzo Ducale, grazie al patrocinio della **Provincia di Lucca**, ed è stata interamente digitalizzata in un tour virtuale con tecnologia 360 gradi.



Dream On. L'esibizione era dedicata ai dodici artisti che hanno caratterizzato il percorso visivo di Lucca Changes. Roberto Recchioni, che si è calato nel ruolo di narratore, e gli undici creativi chiamati a interpretare l'idea di una nuova Lucca Comics & Games (**Gigi Cavenago, FumettiBrutti, Frafrog, Sio, Rachele Aragno, Vincenzo Filosa, Teresa Radice e Stefano Turconi, Agnese Innocente, Samuel Spano, Rita Petruccioli** e il "+1" **Leo Ortolani**), hanno dato il via a una grande opera collettiva a cui hanno partecipato oltre 500 artisti,

100 Gianni Rodari. Una mostra dedicata ad uno dei più grandi intellettuali del Novecento italiano, maestro, scrittore, giornalista ma soprattutto colui che prima degli altri ha intuito la necessità e l'urgenza di una educazione alla fantasia affiancata a una piena fiducia nella creatività infantile. Un'educazione che passa in primis dalle parole, non perché tutti debbano per forza essere scrittori, ma perché tutti possano avere la possibilità e la libertà di raccontare. In questo anno così particola-

re, in cui il cambiamento ha profondamente inciso nella quotidianità e nella crescita dei giovanissimi, era necessario una concreta iniziativa per rimettere al centro il Maestro di Omegna. Uno spazio dedicato ai ragazzi, una straordinaria mostra sulle cento illustrazioni inedite raccolte da Einaudi nel volume *Cento Gianni Rodari. Cento storie e filastrocche* ma anche un luogo per chi come educatori, insegnanti, animatori e genitori, voglia riscoprire e attualizzare i suoi insegnamenti. La mostra è stata allestita nella Cavallerizza Napoleonica, e realizzata in collaborazione con **Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca**, **Electa** ed **Einaudi Ragazzi**, all'interno di un percorso strutturato di attività celebrative legate all'autore.



One Of Those Days – Yehuda e Maya Devir. Raccontare il proprio quotidiano, come coppia e poi come neogenitori, filtrandolo attraverso un velo di ironia che permetta a chiunque viva dinamiche simili, in tutto il mondo, di sorridere e ritrovarsi in quei microracconti a fumetti. È questa, al contempo, la genesi e il segreto del successo delle opere della coppia israeliana composta da Yehuda e Maya Devir, il cui webcomic *One of Those Days* è seguito da milioni di persone. Uno dei più grandi fenomeni globali della nona arte nati sul web ed esplosi sui social negli ultimi anni.

La mostra digitale, web gallery sul sito dell'evento, è stata realizzata con il contributo dell'**Ufficio Culturale dell'Ambasciata di Israele in Italia**.

Mostra concorso Lucca Junior 2020. La web gallery raccoglie le tavole selezionate dalla Giuria del Concorso Lucca Junior 2020 - Premio di Illustrazione Editoriale "Livio Sossi", concorso dedicato alla memoria del Prof. Livio Sossi (Trieste, 1951-2019), tra i massimi esperti di illustrazione e letteratura per ragazzi, docente universitario, saggista, promotore del libro e della cultura per l'infanzia, nonché Presidente di Giuria del Concorso Lucca Junior fin dalla sua prima edizione nel 2007.

Partner del concorso sono **Kite Edizioni**, **Book on a Tree**, **Wacom** e **Associazione Autori di Immagini (AI)**.

3.4. ATTIVITÀ IN RAI

Dall'inizio del dialogo 2020 con RAI era chiara la volontà da entrambe le parti di strutturare un lavoro annuale molto solido, con ambizioni verso il futuro, fondato su un accordo **di Main Media Partnership** che avrebbe incluso diverse attività aggiuntive all'attività redazionale e di copertura stampa con cui ci eravamo lasciati nel 2019. Lo sviluppo di questa volontà ha portato alla messa in opera di un fitto piano di iniziative volto a promuovere e comunicare **RAI non solo come partner del festival ma come un vero e proprio luogo di fruizione dei contenuti elaborati dallo staff di Lucca Comics & Games**. La consapevolezza della portata di questo cambiamento che ha trasformato il servizio televisivo nazionale da medium a "piazza virtuale" è stato uno degli approcci più rivoluzionari di questa edizione, che come sappiamo ha preso il nome di "Lucca Changes".



La possibilità di arrivare a un pubblico ancora più vasto di quello a cui la manifestazione ci ha abituati negli ultimi anni insieme alla potenzialità di portare fumetti, giochi, narrativa fantasy e molto altro nelle case di tutti gli italiani contribuendo alla diffusione di queste passioni ancora troppo spesso relegate a una posizione di secondo piano, sono stati i motori propulsori di un cambiamento che ha indubbiamente segnato la storia del festival ma anche quella di RAI. In un anno in cui la sicurezza e il distanziamento sociale sono stati messi al primo posto. All'interno del gruppo radiotelevisivo, gli editori coinvolti direttamente nella partnership sono stati: **RAIPlay, RAI 4, RAI 5, Radio 2, RAI Ragazzi, RAI Radio Kids, RAI YoYo, RAI Cultura, RAI Italia, TGR, RAI News**. A questi si sono affiancati anche Direzione Creativa e RAI Pubblicità. Oltre alla **copertura editoriale** a cura di tutti gli editori del gruppo, che ha inevitabilmente subito gli effetti negativi dell'emergenza sanitaria e della cronaca legata a quel periodo in particolare (il festival si è svolto letteralmente a seguito dei due DPCM di ottobre, durante la seconda ondata di contagio da Covid-19 con relative conseguenze a 360° che hanno coinvolto chiaramente anche il mondo dell'informazione), le principali attività poste in essere sono state:

- Realizzazione del video promozionale ufficiale della manifestazione.
- Realizzazione di 3 speciali di Wonderland su RAI 4.
- Realizzazione di contenuti esclusivi a tema "Lucca Comics & Games" a cura di altri editori del gruppo.
- Realizzazione di una sezione dedicata a Lucca Comics & Games su RAIPlay con contenuti esclusivi prodotti da Lucca e forniti dagli archivi di RAI.
- Realizzazione di una sezione dedicata a RAI in evidenza sul sito del festival.
- Partecipazione di RAI Radio 2 come radio ufficiale.

- Presenza delle redazioni RAI a Lucca.
- Brandizzazione RAI di un'area centrale della città di Lucca.
- Condivisione della comunicazione e delle attività dei rispettivi uffici stampa.

Il video promozionale ufficiale della manifestazione



La Direzione Creativa di RAI ha realizzato uno spot televisivo ad-hoc per promuovere la manifestazione. Un dialogo scherzoso tra due ragazzi, 30 secondi di animazione con un linguaggio ammiccante e leggero, uno stile fresco e innovativo per accompagnare il pubblico verso il festival. Lo ha fatto cercando di interpretare il linguaggio di Lucca Comics & Games ed è stato mandato in onda durante la settimana dell'evento, a partire dal 23 ottobre sino al 1° novembre. Lo svelamento del video

è avvenuto in diretta streaming il 22 ottobre in occasione della conferenza stampa nazionale.

Un palinsesto esclusivo di contenuti fruibile tramite RAI: in tv, alla radio e sul web.

RAI, nella veste di **Main media partner dell'edizione Changes di Lucca Comics & Games**, ha creato un palinsesto di contenuti disponibili per tutti sul web tramite RAIPlay, in tv grazie a RAI 4, RAI 5 e a tutte le testate che hanno raccontato quanto è avvenuto nei tre giorni e mezzo di evento, e in radio, grazie alle incursioni di Radio 2. La TV e la Radio pubbliche italiane sono scese in campo per supportare l'evento più importante d'Europa interamente dedicato al fumetto, al gioco, al videogioco, all'animazione, alle serie TV e all'immaginario fantasy in un momento storico in cui il sostegno per la ripartenza delle manifestazioni culturali era da intendersi tra le attività di Servizio Pubblico. Questa organizzazione ha reso possibile per un più ampio pubblico di appassionati di seguire il festival a distanza, nel pieno rispetto di ogni norma di sicurezza.

RAI Radio2 è stata la radio ufficiale proponendo collegamenti con i protagonisti presenti a Lucca o da altri luoghi d'Italia, mentre i canali social dell'emittente hanno dato ampia visibilità all'evento.

RAIPlay ha ospitato una sezione creata ad hoc "Lucca Comics & Games" con contenuti inediti. Oltre ai contenuti inediti realizzati a cura dello staff del festival (13 original e 7 documentari), la sezione ha raccolto anche i servizi andati in onda nelle altre reti del gruppo (i 3 speciali di RAI4 e lo speciale "Terza Pagina"), e una programmazione della migliore offerta RAI (serie tv, film, documentari, approfondimenti). Il tutto disponibile sino a fine febbraio 2021, quindi anche durante tutto il periodo natalizio e nei periodi in cui di fatto l'Italia ha vissuto un secondo lockdown.

Nell'homepage del sito RAIplay.it dal 29 ottobre al 1° novembre 2020 era in evidenza un banner con rimando alla sezione dedicata alla fruizione dei contenuti del festival. Mentre sino al periodo natalizio 2020, sempre dal 29 ottobre, l'indice generale della piattaforma ha incluso una voce nuova di menù: "Lucca Comics & Games", consentendo agli utenti di accedere alla sezione dedicata al festival direttamente dal sommario principale.



Due esempi di banner a tema Lucca Changes realizzati da RAI per i propri siti web

L'offerta originale su RAIPlay made by Lucca Comics & Games ha compreso **13 originals** e **7 documentari**. Queste produzioni hanno offerto la possibilità di valorizzare contenuti, autori, editori, partner in un modo completamente nuovo nella storia di Lucca. Editori come J-POP Manga / Edizioni BD o Mediatoon, piuttosto che progetti noti ai fan come "Voci di mezzo" o il Graphic Novel Theatre quest'anno rappresentato da "Lucrezia Forever!" hanno goduto di una visibilità molto più ampia, accelerando il percorso intrapreso molti anni fa dal festival di valorizzare i linguaggi crossmediali e portare il gioco e il fumetto ad un pubblico ben più vasto di quello composto dagli appassionati per tradizione.

I 13 original sono stati:

- 1 **"Lucrezia Forever!"**, lo spettacolo inedito di Graphic Novel Theatre che avvicina il linguaggio del fumetto a quello del teatro. Una produzione: Lucca Crea e Teatro del Giglio di Lucca. Di Francesco Niccolini, ispirato al personaggio a fumetti di Silvia Ziche, con Amanda Sandrelli, disegni: Silvia Ziche. Regia: Francesco Niccolini
- 2 **"La Cena delle Voci"**, una tavola imbandita, una "Chef in Tacco 12", una padrona di casa e un musicista. E 5 ospiti d'eccezione, dei doppiatori famosi pronti a raccontare storie, a far sentire le loro voci, a mostrare volti da sempre nascosti nell'oscurità di una sala di incisione. Con la partecipazione di: Flavio Aquilone, Daniele Giuliani, Edoardo Stoppacciaro, Francesco Vairano, Fabrizio Vidale, Mirko Fabbreschi Cristina Poccardi.
- 3 un'intervista a **Go Nagai**, il creatore di "Mazinga" (in collaborazione con J-POP Manga);
- 4 un'intervista alla figlia del mangaka Kazuo **Kamimura** nel ricordo dell'artista il cui Lady Snowblood ha ispirato Quentin Tarantino nel suo film 'Kill Bill' (in collaborazione con J-POP Manga);
- 5 un'intervista a **Makoto Tezuka**, figlio del genio del Manga, sul film "Barbara" di cui è regista, tratto dall'omonimo manga del padre (in collaborazione con J-POP Manga);
- 6 un mini-doc che racconta **Lucky Luke**, che si evolve da autore ad autore per venire amato da nuove generazioni di lettori (in collaborazione con Mediatoon Licensing – Europe Comics);
- 7 un mini-doc per **Raccontare la vita degli altri – Biografie a fumetti**: Jérémie Royer disegnatore di *Il giovane Darwin* e Emilie Plateau disegnatrice di *Nera – La vita dimenticata di Claudette Colvin*

(vincitore Premio Andersen) ci invitano nel loro atelier di Bruxelles, e ci parlano dei loro rispettivi lavori, del perché hanno deciso di raccontare le storie che hanno raccontato, le ricerche che hanno fatto, le tecniche e materiali che hanno utilizzato (in collaborazione con Mediatoon Licensing – Europe Comics);

8 un incontro con **Luca Beatrice** e **Paolo Barbieri** che accompagneranno il pubblico a conoscere i **Maestri del Fantastico** (gli illustratori “fantasy”, italiani e internazionali, sono gli eredi di una lunga tradizione che ha dato forma nei secoli a centauri, draghi e sirene, la stessa tradizione che ha visto le gesta di illustri predecessori come Bosch, Blake, Bruegel, Dali, Escher e molti altri);

9 un approfondimento con Andrea Angiolino sulla **Storia del Gioco**;

10 un'intervista con il “Maestro dei Draghi” **Ciruelo: a life in Art**;

11 la celebrazione di Halloween con il mangaka horror **Junji Ito** (in collaborazione con J-POP Manga);

12 una live performance del giovane talento giapponese **Nagabe** (in collaborazione con J-POP Manga);

13 un documentario sul **Teatro Kabuki**, drammi, eroi e star del teatro giapponese.

I **7 documentari** sono stati scelti tra le produzioni contemporanee e passate di Lucca Comics & Games per raccontare e omaggiare alcuni tra i nomi più importanti del mondo dell'illustrazione: **Emil Ferris**, **LRNZ**, **Sara Colaone** (a cui sono stati dedicati ben 2 documentari), **Davide Reviati**, **Adrian Smith** e **Alessandro Bilotta**.

Infine, **dall'archivio di RAIPlay** la sezione dedicata a Lucca Comics & Games, fino ai primi mesi del 2021, ha accolto una serie di film, documentari, serie tv, fiction, titoli di animazione tra cui:

i film “The Hateful Eight” di Quentin Tarantino, “Per un pugno di dollari” di Sergio Leone con le musiche di Ennio Morricone, “Gods of Egypt”, “Il labirinto del Fauno”, “Lo chiamavano Jeeg Robot”, “The imitation game”, “Addio fottuti musici verdi” dei The Jackal;

le serie “Stalk”, la serie francese esclusiva RAIPlay (la cui uscita è prevista proprio a ridosso di LC&G), che ha come protagonista Lux, un talentuoso giovane programmatore che mette a punto un sistema per spiare i suoi compagni di università che lo hanno umiliato; “Into the dark”, la serie horror antologica esclusiva RAIPlay, prodotta dalla celebre Blumhouse, con dodici film che declinano i temi del cinema dell'orrore in dodici modi diversi, ognuno legato ad una festività dell'anno; “Lo straordinario mondo di Zoey”, un'altra esclusiva di RAIPlay, che racconta la storia di Zoey, una ragazza che grazie ad uno strano potere riesce a sentire le emozioni delle persone attraverso le canzoni; “Il molo rosso” dallo sceneggiatore de “La casa di carta” Alex Pina; “Mash-up!” la webserie esclusiva RAIPlay prodotta dai The Jackal; “Il fiuto di Sherlock Holmes” di Hayao Miyazaki;

i documentari “Philip K. Dick”, una biografia del genio della fantascienza; “Sherlock Holmes vs. Conan Doyle” e “Agatha Christie vs. Hercule Poirot”, due documentari che raccontano due geni del giallo attraverso i protagonisti dei loro libri; “Roald Dahl – Per ridere e per piangere”, monografia dedicata a uno degli autori per ragazzi più popolari in tutto il mondo;

i film di animazione “Masha e Orso”, “La Pimpa”, “Barbapapà”, “Topo Gigio”, “Gino il pollo”, “Winx”, “Huntik”, “Martin Mystere”.



RAI4 ha dedicato al festival **tre speciali di Wonderland**, il rotocalco dedicato alla cultura pop in onda in seconda serata: venerdì 30 ottobre è stata la volta di un omaggio ad un grande esperto, appassionato e divulgatore del fumetto in Italia: **Vincenzo Mollica** intervistato da **Riccardo Corbò**; sabato 31 ottobre, **in esclusiva assoluta e per la prima volta in TV, i Lucca Comics & Games Awards** gli “Oscar” italiani del fumetto e del gioco e martedì 10 novembre il racconto di questa particolare edizione della manifestazione con interviste, clip, e cronache degli eventi.



Wonderland, LC&G Awards



Wonderland, speciale Lucca Changes



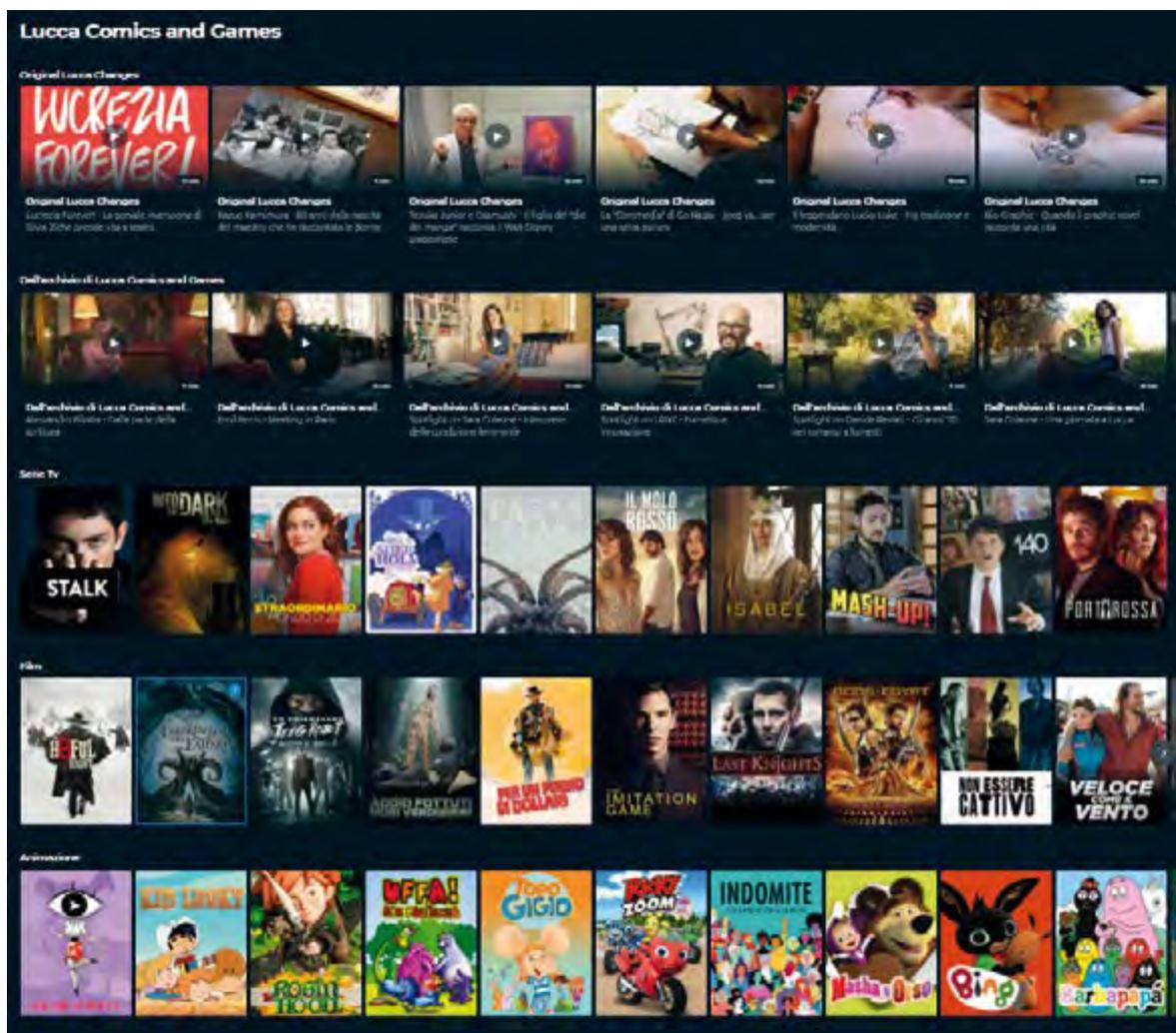
Wonderland, speciale Vincenzo Mollica



Terza Pagina, speciale Lucca Changes



Andrea Fornasiero, giornalista e autore televisivo di Wonderland e altri programmi per RAI, all'interno dello studio streaming della Cavallerizza



Un esempio del palinsesto dedicato a Lucca Changes su RAI Play.



A Lucca inoltre sono state presentate tre serie tv in prima visione assoluta, da lì a breve in onda su RAI4: “Project Blue Book”, “Tribes and Empires: La Profezia di Novoland” e “Ransom”.

“**Tribes and Empires: Storm of Prophecy**” è una serie epic-fantasy di produzione cinese tratta dall’omonimo romanzo di Jin Hezai incentrata sui giochi di potere di diverse famiglie reali al crepuscolo della dinastia Duan, in un regno immaginario chiamato Novoland. Una cavalcata tra battaglie, magie e intrighi che rinnova la grande tradizione del cinema avventuroso cinese.

“**Project Blue Book**” è una serie di fantascienza, ispirata a fatti e personaggi reali. Racconta la vicenda di un programma top secret dell’aviazione americana attivo negli anni ’50 dedicato all’avvistamento degli UFO.

“**Ransom**” è una serie poliziesca basata sulle reali esperienze professionali del negoziatore Laurent Combalbert. Il protagonista della serie è Eric Beaumont, esperto di negoziati e crisi internazionali, capace di capire i criminali meglio di chiunque altro e quindi a capo di un team chiamato a intervenire in complicati casi di rapimenti e riscatti.



RAI Cultura, invece, ha affrontato i temi di Lucca Changes in una puntata speciale di **Terza Pagina**, in onda il 30 ottobre alle 23.45 su **RAI5**: nel talk culturale condotto da **Licia Troisi** sono state indagate la storia e l’influenza sull’Occidente dei fumetti giapponesi, dai libri di illustrazioni nipponici del XVIII secolo, passando per **Hokusai**, fino alle molteplici incarnazioni contemporanee (la puntata è stata trasmessa in replica domenica 1 novembre alle 12.00 su RAI 5, lunedì 2 novembre alle 01.10 su RAI 3).

Insieme a Licia Troisi sono intervenuti **Alessandro Masi**, segretario generale della Società Dante Alighieri, **Emanuele Bevilacqua**, docente universitario e giornalista, **Federica Gentile**, autrice e conduttrice radiotelevisiva, **Antonio Monda** da New York e **Arnaldo Colasanti** con la consueta rubrica “Dritto e Rovescio”.

RAI Ragazzi ha proposto uno show case online dedicato a **Topo Gigio**, nella nuova animazione tutta italiana, in onda su **RAI Yoyo** e RAIPlay. Con Giulia D’Urso, illustratrice di DogHead Animation, sono state ripercorse le fasi della sua animazione, mentre Leo Valli, voce ufficiale di Topo Gigio, ha ricordato Maria Perego.



L'Albero Azzurro, Dodò e l'avventura spaziale al Teatro del Giglio

Inoltre, in diretta dal Teatro del Giglio di Lucca il pubblico da casa ha potuto vivere un'avventura speciale de **"L'Albero Azzurro"** dedicata a **Rodari** in cui **Dodò** ha voluto a tutti i costi fare un viaggio nello spazio, ma non avendo a disposizione un razzo intergalattico, non è stata una cosa semplice. Per fortuna Laura e Andrea hanno trovato una soluzione, con l'aiuto di una bella filastrocca di Gianni Rodari, "Il treno dell'avvenire", e una buona dose di fantasia, i nostri amici sono riusciti a vivere una divertentissima avventura spaziale.

RAI Italia avrebbe dovuto dedicarsi al racconto di alcune attività dei campfire sparsi per il mondo. Erano infatti in programma due speciali di "L'Italia con voi" (una trasmissione che va in onda nei paesi extraeuropei ma allo stesso tempo è visibile su RAIPlay) dedicati alla mostra curata da Lucca Comics & Games organizzata in uno dei 12 Istituti Italiani di cultura all'estero, in onda rispettivamente giovedì 29 e venerdì 30 ottobre. Purtroppo però la seconda ondata di Covid-19 ha interrotto la

lavorazione nelle sedi estere costringendo all'annullamento dell'operazione. Infine **TGR e RAI News 24** hanno dato spazio, nelle varie edizioni quotidiane dei notiziari, agli eventi in corso nei giorni di Lucca Comics & Games. In particolare la testata regionale Tgr e RAI News24 hanno dedicato servizi e collegamenti in diretta da Lucca e da alcuni dei 115 Campfire diffusi in tutta Italia.

Dati e numeri



Lo speciale Wonderland dedicato ai Lucca Comics & Games Awards

I 3 speciali di **Wonderland** andati in onda su **RAI 4** dedicati rispettivamente ai Lucca Comics & Games Awards, a Vincenzo Mollica e al racconto dell'edizione Changes, insieme alla puntata di **Terza Pagina** andata in onda su **RAI 5** dedicata per l'occasione alla storia e l'influenza sull'Occidente dei fumetti giapponesi, hanno raggiunto **un pubblico di 1.510.000 di telespettatori** (dati auditel). A questi numeri andrebbero sommati i numeri di accessi e visualizzazioni alla sezione "Lucca Comics & Games" di cui purtroppo non è possibile

entrare in possesso. Non sono conteggiati nemmeno i dati rilevati da Eco della Stampa nell'ambito della Media Evaluation di cui si troveranno approfondimenti in seguito in questo volume.



Un'immagine dell'intervista curata e realizzata da Riccardo Corbò a Vincenzo Mollica

Presenza delle redazioni RAI a Lucca

LUCCA CHANGES
29.10-1.11 2020



I giornalisti e gli operatori di RAI 4 nonché di RAI News sono stati presenti a Lucca e hanno potuto contare sugli spazi dell'Area Stampa, allestita quest'anno a Palazzo Arnolfini. La regolare attività di copertura nonché quella redazionale sono state portate a termine senza difficoltà di alcun tipo e nel pieno rispetto delle norme di sicurezza.

Un backdrop è stato dedicato completamente a RAI con grafica realizzata ad hoc.

Brandizzazione RAI di un'area centrale della città di Lucca

Infine, RAI è stata presente anche fisicamente attraverso allestimenti, pannelli, stendardi e strutture che hanno adornato la facciata del Teatro del Giglio, cuore pulsante del festival e simbolo per eccellenza dell'attività culturale cittadina, ricreando un vero e proprio effetto "red carpet" simbolico. Nel 2020 il Teatro del Giglio si è trasformato a tutti gli effetti in uno studio televisivo: il palcoscenico è stato lo scenario perfetto per le più importanti dirette da Lucca. Gli eventi che in passato si sono svolti in presenza a solo beneficio del pubblico in sala, quest'anno si sono svolti comunque in assenza di platea a beneficio di tutti i video-spettatori collegati. Tutti gli artisti presenti in città sono passati da quel tappeto rosso, ben visibile anche dalla Sala Stampa antistante; non vi sarebbe stata location migliore da personalizzare con i loghi di RAI.



3.5. ATTIVITÀ IN ITALIA



Il Campfire Games Academy di Vimercate

Fra le sfide imposte dal 2020, si sono presentate anche opportunità per accelerare progetti in via di sviluppo ma che, alla luce delle circostanze, hanno aumentato il proprio tasso di necessità e urgenza. Fra queste va sicuramente annoverata la volontà di ricamare uno spazio specifico e propulsore all'interno dell'ecologia di Lucca Comics & Games per un tassello fondamentale delle industrie culturali legate alla Pop Culture, ossia il negozio specializzato. La risonanza del brand LC&G all'interno di Hobby Store e fumetterie, unita alla preoccupazione verso le potenziali difficoltà che questi santuari dei passatempi umanistici avrebbero affrontato a causa dell'emergenza Covid, ha dunque portato l'organizzazione a scommettere su di essi per creare un vero e proprio festival diffuso in tutta Italia.

L'obiettivo principale dei **Campfire** è stato proprio quello di confezionare un set di strumenti e di attività da offrire ai negozi che ne potenziassero le capacità creative e commerciali con il fine di offrire alla community di Lucca Comics & Games un modo per riunirsi e riconoscersi nonostante l'assenza del festival, creando al tempo stesso un perimetro di opportunità che includesse anche i partner editoriali.

Attraverso una procedura ibrida di segnalazione da parte di espositori storici del festival e di selezione dal basso - più di 300 manifestazioni d'interesse sono state presentate da negozi specializzati di tutta Italia - l'organizzazione ha potuto selezionare 115 luoghi che durante Lucca Changes hanno portato la fragranza di Lucca Comics & Games in tutta Italia, attraverso incontri, attività di gioco organizzato, performance, presenza di prodotti esclusivi e molto altro. Il tutto è stato supportato da una serie di servizi digitali offerti da Lucca Crea che hanno aiutato il negoziante a proporre e comunicare il programma di attività del proprio punto vendita. Per i fan più appassionati, è stato possibile inoltre acquistare anche un Campfire Pass in formato digitale, che ha dato diritto d'accesso ad attività esclusive e a ricevere una bag of goodies con numerosi oggetti inseriti a fini promozionali dai partner, oltre ad fascicolo di giochi prodotti esclusivamente da Lucca Crea per l'attività e realizzati da designer di fama internazionale come Stefano Castelli, Alan D'Amico, Pierluca Zizzi, Marta Tuveri e il Team Acchiappasogni. Infine, sono stati inoltre prodotti una serie di asset fisici che sono stati donati al negoziante per decorare lo store e far sentire ai visitatori l'eccezionalità della cornice festivaliera.

Attraverso l'impegno e la capacità di adattamento dei negozi, le attività sono state per la stragrande maggioranza confermate e/o surrogate digitalmente nonostante le crescenti difficoltà presenti nel

mese di ottobre. Si sono coinvolti ospiti di spessore assoluto come Fraffrog (Star Shop Firenze), Dave McKean (Libreria Zazà, Venezia), R.A. Salvatore (Jolly Joker, Torino), Licia Troisi (Funsidie Ostia), nonché un grande torneo del titolo 7 Wonders, attività di formazione e molto altro.

L'attività ha portato grande soddisfazione ai punti vendita in termini di comunicazione, risultati commerciali e allargamento del proprio customer network per un weekend che numerosi negozianti hanno paragonato alla stagione natalizia in termini di risultati commerciali. Le sinergie territoriali innescatesi spontaneamente e supportate da Lucca Crea fra istituzioni quali la Biblioteca Comunale e la Scuola del Fumetto di Palermo, il Matera Film Festival e i negozi, lasciano presagire come l'atto di portare la festa Lucca Comics & Games possa ancora portare molto.

3.6. ATTIVITÀ NEL MONDO



I Campfire non si sono limitati all'Italia, ma hanno avuto un'estensione globale. Grazie alla collaborazione col Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), mostre, video interviste ai principali autori del fumetto italiano ed altri contenuti hanno portato Lucca Changes in tutto il mondo, coinvolgendo 42 città del calibro di Shanghai, Los Angeles, Istanbul, Madrid, Il Cairo, Nuova Delhi, Sidney, Città del Messico e molte altre.

3.7. ASPETTO TECNICO-ECONOMICI

Come quelli contenutistici e di fruizione, anche gli aspetti tecnico-economici di Lucca Changes sono stati fortemente influenzati dalla pandemia e dal rapido susseguirsi di scenari.

3.7.1. PREMIUM PARTNER



L'impossibilità di organizzare l'usuale mostramercato ha portato a presentare il Festival agli espositori proponendo modalità di presenza alternative, risultato di un approfondito studio sulle aspettative degli stakeholder in tutti gli scenari possibili. Il livello di coinvolgimento più elevato è quello dedicato ai Premium Partner, pensato per un numero massimo di nove realtà selezionate. Fra gli espositori che hanno aderito al programma, cinque sono i Premium Partner provenienti dal settore fumetto (Becco Giallo, Edizioni BD/J-Pop, Edizioni Star Comics, Feltrinelli Comics e Panini Comics), tre da quello del gioco (Asmodee, Giochi Uniti e Ravensburger) e uno da quello dell'editoria innovativa (Amazon Audible).



Lo status di Premium Partner garantiva visibilità su tutti gli asset di Lucca Changes: uno spazio vendita dedicato e brandizzato all'interno del Pop-Up Store (iniziativa poi annullata), forte visibilità nei Campfire di tutta Italia tramite la presenza del logo sulla bag e sui totem dedicati, visibilità online tramite banner linkabile sulla home page di Lucca Changes e link diretto ai prodotti acquistabili online nella pagina dedicata alle novità editoriali. Inoltre, i Premium Partner hanno visto il loro logo inserito nella manchette ufficiale del Festival, apparsa su tutti i supporti previsti.

3.7.2. ALTRE TIPOLOGIE DI INVESTIMENTO



Oltre ai Premium Partner, agli espositori sono state presentate altre tre modalità di partecipazione a Lucca Changes. La modalità Standard prevedeva le stesse condizioni previste per i Premium Partner, escluse la visibilità nei Campfire e la presenza dei loghi in manchette. Due ulteriori modalità di partecipazione, per quanto residuali, prevedevano una visibilità dedicata nel solo Pop-Up Store e, infine, solo sul sito di Lucca Changes.

3.7.3. SPONSOR



Anche le attività legate agli sponsor hanno subito il contraccolpo della pandemia. Fra le principali operazioni da segnalare quella di **Mini**, che ha sfruttato Lucca Changes per il lancio di un nuovo modello con una performance dell'artista Carmine di Giandomenico, che ha illustrato una vettura in diretta streaming. Da ricordare anche **Intesa Sanpaolo**, che ha acquistato i bundle del festival proposti da **Amazon** per utilizzarli nel suo programma di loyalty.

Fra le altre iniziative, si segnalano il contest di cosplay online organizzato dalla ditta di costumi e accessori **Rubie's**, e l'operazione di branding condotta con **Lucart**.

3.7.4. ISTITUZIONI

CON IL PATROCINIO DI:
 MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI
 MINISTERO DEGLI ESTERI
 REGIONE TOSCANA
 PROVINCIA DI LUCCA

In un anno particolare come il 2020, gli investimenti istituzionali hanno costituito una parte rilevante dei ricavi di Lucca Changes. In particolare, gli investimenti del Ministero per gli Affari Esteri e la Cooperazione Internazionale (MAECI) hanno raggiunto un livello senza precedenti, suddivisi su vari filoni, come la promozione dei premi di talent scouting di Lucca Comics & Games (Project Contest e Gioco Inedito), le attività per la Settimana della lingua italiana nel mondo, la promozione della collezione Farnesina di arte contemporanea.



Da segnalare anche un contributo della Camera di Commercio di Lucca e uno della Fondazione Cassa di Risparmio, legato alle iniziative dedicate al centenario dalla nascita di Gianni Rodari.

3.7.5. ATTIVITÀ NON CONVENZIONALI

Negli ultimi anni il Festival si è sempre più caratterizzato per le originali e spettacolari attività on site, realizzate in collaborazione con i più svariati partner, che purtroppo nel 2020 non hanno potuto avere luogo. Tuttavia, nel contesto di una media partnership strategica, RAI sarebbe intervenuta per dare visibilità aggiuntiva, editorialmente e tramite pacchetti pubblicitari dedicati, alle principali operazioni realizzate da terze parti. L'annullamento di ogni attività in presenza ha fatto decadere questa opzione, da segnalare in quanto importante precedente da replicare in futuro.

3.7.6. LA DIFESA DEL PERIODO: LE NOVITÀ EDITORIALI



Il box in edizione limitata per Amazon

Uno degli obiettivi di Lucca Changes era preservare il festival lucchese come luogo e momento privilegiato per il lancio delle principali novità editoriali da parte di tutti gli editori delle varie filiere di riferimento. Oltre alla partnership con Amazon, che ha realizzato l'e-shop ufficiale del festival, e ai pacchetti di visibilità dedicati descritti nei paragrafi precedenti, a tutti gli editori è stata data possibilità di presentare le proprie novità nell'ambito del Pop-Up Store, che sarebbero state disponibili per la vendita pur in assenza di una visibilità dedicata.

Ampia visibilità è stata data all'area dedicata alle novità editoriali sul sito di Lucca Changes, e l'intero progetto dei Campfire è stato pensato per valorizzare al massimo le novità in uscita in occasione del Festival, anche se presentate non a Lucca ma nei negozi sparsi sul territorio nazionale.

3.7.7. TICKETING



Il ticketing per Lucca Changes era articolato su più livelli. Gli eventi in programma a Lucca prevedevano ognuno un biglietto dedicato, ma l'annullamento delle attività in presenza ha portato al rimborso integrale di tutti i titoli acquistati. Diverso il caso dei biglietti Level Up, titoli esclusivi dedicati ai fan più esigenti, che prevedevano l'accesso a una serie di eventi in presenza, ovviamente annullati, e l'omaggio di una goodie bag speciale, che conteneva sia i prodotti già inseriti nella bag riservata ai Campfire, sia alcuni contenuti esclusivi. Per quanto anche per i Level Up sia scattato il rimborso, ben 45 degli 80 Level Up fan previsti dal programma (i soli 80 biglietti disponibili erano andati sold out nel giro di un giorno) hanno preferito la consegna a casa della bag di omaggi. Per i Campfire sparsi in tutta Italia era invece previsto il Campfire Pass, che dava accesso alle attività dei vari negozi e garantiva una bag di omaggi dedicata.

3.7.8. MERCHANDISING



Pur nella novità della situazione, anche per Lucca Changes è stata realizzata una serie limitata e mirata di gadget: la tradizionale maglietta festivaliera realizzata dal partner storico Kamila Design e distribuita sulla piattaforma Ekshop, e la mascherina anticovid di Lucca Changes realizzata da Medioevo, diventata il vero gadget di culto di questa edizione.

3.7.9. IL FOLDER PINEIDER CON I POSTER DEI DREAMERS



Con la storica azienda Pineider, una delle eccellenze dei prodotti artigianali in termini di carta e strumenti da scrittura, è stato realizzato un folder formato A3 contenente le illustrazioni dei dieci Dreamers di Lucca Changes, la tavola speciale di Roberto Recchioni, il poster ufficiale Dream On e il saluto del Direttore Emanuele Vietina, in tiratura limitata di 111 copie su una elegante carta martellata.

3.7.10. IL PROGRAMMA OFF



Il contesto di sperimentazione digitale in cui si è sviluppata Lucca Changes ha portato alla luce un nuovo progetto, ovvero il Programma OFF, un calendario di eventi alternativo sviluppato nell'arco dei quattro giorni di manifestazione da terze parti provenienti dalle nostre community di riferimento (associazioni, privati, negozi, streamer, etc.), validati dall'Organizzazione e poi pubblicati in un'apposita sezione del sito del Festival. All'interno del Programma OFF erano identificate tre tipologie di evento:

Lucca OFF: eventi sul territorio lucchese, come la vestitura "a tema" del proprio locale o negozio;

Digital OFF: eventi online, da talk a panel, da video interviste a sessioni di gioco in virtuale;

Any OFF: eventi dal vivo sul territorio nazionale, come tornei di wargame tabletop in associazioni ludiche, cacce al tesoro o mostre museali.

In totale il Programma OFF ha proposto ben 75 eventi, tutti realizzati rispettando le norme vigenti da decreto. Una delle più significative novità apportate da Lucca Changes, il Programma OFF è un'iniziativa che sarà replicata in futuro, in quanto perfettamente in linea con la politica inclusiva del Festival, aperto a ogni tipo di contributo e fautore di coinvolgimento attivo.

3.8. LA COMUNICAZIONE: DA LUCCA COMICS & GAMES A LUCCA CHANGES

La comunicazione non solo ha dovuto adeguarsi al cambiamento, ha dovuto raccontarlo. Comunicare Lucca Changes è stata una sfida nuova e senza precedenti, molto diversa dalla normale comunicazione di Lucca Comics & Games.

3.8.1. COMUNICARE LC&G DURANTE IL PRIMO LOCKDOWN

Con il diffondersi della pandemia 2020 e con l'applicazione delle relative misure di sicurezza adottate dal Governo Italiano e dalle Regioni, Lucca Comics & Games ha ritenuto di avviare una campagna di sensibilizzazione rivolta a tutti i fan con due obiettivi: invitarli ad osservare le regole e dare un segnale di vicinanza a tutti coloro costretti a casa, proponendo attività che per natura si svolgono da sempre "a casa". Questa campagna di comunicazione ha incluso due attività in particolare: #inerdathome e tre puntate speciali del format RPG Night Live, uno dei capisaldi della programmazione di Lucca Comics & Games su Twitch.



Nicola Lagioia, direttore del Salone Internazionale del Libro di Torino, annuncia Lucca Comics & Games tra i partner culturali dell'edizione 2020

Inoltre, essendo stata modificata completamente anche l'edizione 2020 del Salone Internazionale del Libro di Torino (che si sarebbe dovuta svolgere a maggio 2020), anche la presenza di LC&G in veste di partner culturale a tale manifestazione è stata rivista, prevedendo un solo intervento del direttore Emanuele Vietina ad uno degli incontri digitali che si sono svolti a maggio 2020 nell'ambito di **SalTo Extra**. Recitava così il comunicato stampa del Salone diffuso il 18.02.2020: "Fondamentale la presenza di **Lucca Comics & Games**, con cui il Salone del Libro, da ormai tre anni, sta costruendo un percorso culturale di grande rilevanza per indagare le nuove forme di storytelling e le diverse espressioni dei linguaggi narrativi. Lucca Comics & Games è la fiera del settore più importante

d'Europa, punto di riferimento globale per ciò che riguarda **fumetto, illustrazione, giochi e videogiochi, cinema d'animazione e serie tv**. Questi modelli di narrazione, capaci di raccontare la complessità del presente e dei sentimenti umani in modi sempre originali, influenzano e rivitalizzano tutta la cultura del XXI secolo. Lucca Comics & Games si conferma quindi un **partner culturale** chiave per il Salone di Torino, ruolo che il festival dedicato alle diverse forme di storytelling interpreta con orgoglio, consapevolezza e responsabilità verso la propria community e il pubblico dei lettori che da sempre popola le grandi corsie del Lingotto alla ricerca di nuovi stimoli e linguaggi. A maggio quindi, non solo lo svelamento del poster e del tema dell'edizione 2020, ma anche un programma ricco di incontri, dibattiti e performance per incuriosire e informare, per raccontare nuo-

ve storie e scoprire insieme il valore del passatempo umanista all'insegna della **crossmedialità**, da sempre ispirazione e stella polare del festival, che si svolgerà come sempre tra le mura di Lucca **dal 28 ottobre al 1 novembre 2020.**"



Marco Montemagno intervista il Direttore Vietina

Infine, si segnala la presenza costante di Lucca Comics & Games all'interno dei dibattiti pubblici dell'epoca tramite la programmazione di diverse interviste al direttore del festival, Emanuele Vietina, realizzate da testate di settore e influencer di riferimento. Si ricordano a tale proposito: l'intervista del 28 marzo organizzata da **It Comics** nell'ambito dell'appuntamento **Corona VS Comics**; l'intervista del 03 aprile organizzata da **LegaNerd**; l'intervista realizzata da **Marco Montemagno** sui suoi profili; e l'intervista del 07 maggio con **LondonONERadio**.

#inerdathome



Il 12 marzo 2020, Lucca Comics & Games diffonde un comunicato dal titolo volutamente provocatorio: "DO YOU NERD? IO NERDO A CASA". In questo modo il festival si rivolge alla community, propone attività di home entertainment, lancia un'asta di beneficenza, e con #inerdathome aderisce alla campagna di sensibilizzazione nazionale #iorestoacasa mirata a contenere e ridurre il contagio del COVID-19.

#INERDATHOME, quindi io nerdo a casa, quindi #iorestoacasa. Così Lucca Comics & Games ha abbracciato virtualmente la propria community e ha invitato artisti, ospiti, editori, amici e fan a raccontare cinque attività nerd con cui occupano il loro tempo durante questo periodo di quarantena; il tutto attraverso i canali social ufficiali del festival, non solo allo scopo di intrattenere ma anche per contribuire allo scambio di idee in modo fattivo e a beneficio di tutti. La più grande community italiana di esperti e appassionati di fumetti, videogiochi, serie TV (...) e attività da sempre considerate tipicamente nerd è stata invitata in modo ufficiale a condividere le tantissime dritte e suggerimenti frutto di passioni coltivate da anni.

In questo contesto è stato dato il via anche all'**asta di beneficenza** realizzata da Lucca Comics & Games in collaborazione con **Associazione Area Performance Onlus** e **Catawiki**. Dal 20 al 31 marzo sul sito areaperformance.com è stato possibile acquistare fino a 60 opere realizzate da alcuni degli artisti del fumetto e del fantasy più conosciuti al mondo. **Il ricavato è stato devoluto a favore del Sistema Sanitario Toscano per la lotta al coronavirus**. Nello specifico, i fondi raccolti sono serviti a potenziare e regolamentare i punti di accesso (c.d. check point) alle strutture ospedaliere tramite l'acquisto e installazione di pannelli a protezione degli operatori, alleggerendo così la struttura ospedaliera dall'acquisto di ulteriori materiali.



Infine, per trascorrere ancora meglio il tempo a casa, ha esordito in rete in questo periodo il **profilo Spotify di Lucca Comics & Games**. Il canale ha offerto playlist tematiche nuove, dal *best of* della programmazione del *main stage* del Baluardo San Donato, alla selezione di alcuni artisti; dalle migliori colonne sonore dei videogiochi, alla musica perfetta per leggere un fumetto, per avere sempre nelle orecchie il suono di Lucca Comics & Games.

RPG Night Live e Live Drawing - Special Editions



Parte integrante della campagna #inerdathome, il **canale Twitch di Lucca Comics & Games** ha ripreso la sua programmazione con **tre nuove puntate di RPG Night Live** e **tre puntate di Live Drawing**, una a settimana per ognuno dei due format, per offrire intrattenimento a tutti i membri della community.

Sono tornati quindi a sfidarsi attorno a un tavolo virtuale, ognuno a casa propria, i giocatori che nel 2019 hanno emozionato gli appassionati di gioco di ruolo: **Nicola Degobbis** nei panni del Master, Fabio Bortolotti e Antonio Bellotta del duo **Kenobisboch**, Roberta Sorge in arte **Ckibe** e **Lorenzo "Moro" Morelli** de i Termosifoni; mentre per gli amanti del fumetto e delle illustrazioni sono state streammate nuove sessioni di disegno e racconto.

Ospiti d'eccezione delle tre puntate di RPG Night Live sono stati: **Licia Troisi**, **Roberto Recchioni** e **Leon Chiro**; ospiti della bravissima Ckibe e della sua spalla Miriam Borgioli durante le sessioni di Live Drawing: **Frafrog**, Roberto **Recchioni** e **Giacomo Bevilacqua**.

Le tre puntate di **RPG Night Live** sono andate molto bene in termini numerici, facendo segnare diversi record assoluti del canale (utenti medi, utenti massimi, resa, follows/minuto). Il format è al secondo posto per numero di Follow (al primo posto c'è l'intera prima stagione di RPG Night Live, quella del 2019, che però aveva contato su 7 episodi). Con soddisfazione possiamo affermare che questa "mini" stagione di RPG Night Live ha ottenuto, sempre in termini di Follow, anche risultati migliori rispetto allo Show durante l'edizione 2019 del festival: segno che il format piace, è replicabile, e il canale ha ancora potenzialità per crescere.

LUCCA

COMICS AND GAMES

LIVE DRAWING

Il **Live Drawing** ha segnato il record assoluto del canale in termini di Minuti/Utente: il format interessa ad una nicchia più ristretta di utenza ma molto più interessata.

In generale, durante la campagna #inerdathome il canale Twitch di Lucca Comics & Games ha raggiunto e superato i 6.000 iscritti (circa 4.700 iscritti a Febbraio 2020) e registrato oltre 1 milione di visualizzazioni totali da Ottobre 2018.

3.8.2. COMUNICARE LUCCA CHANGES



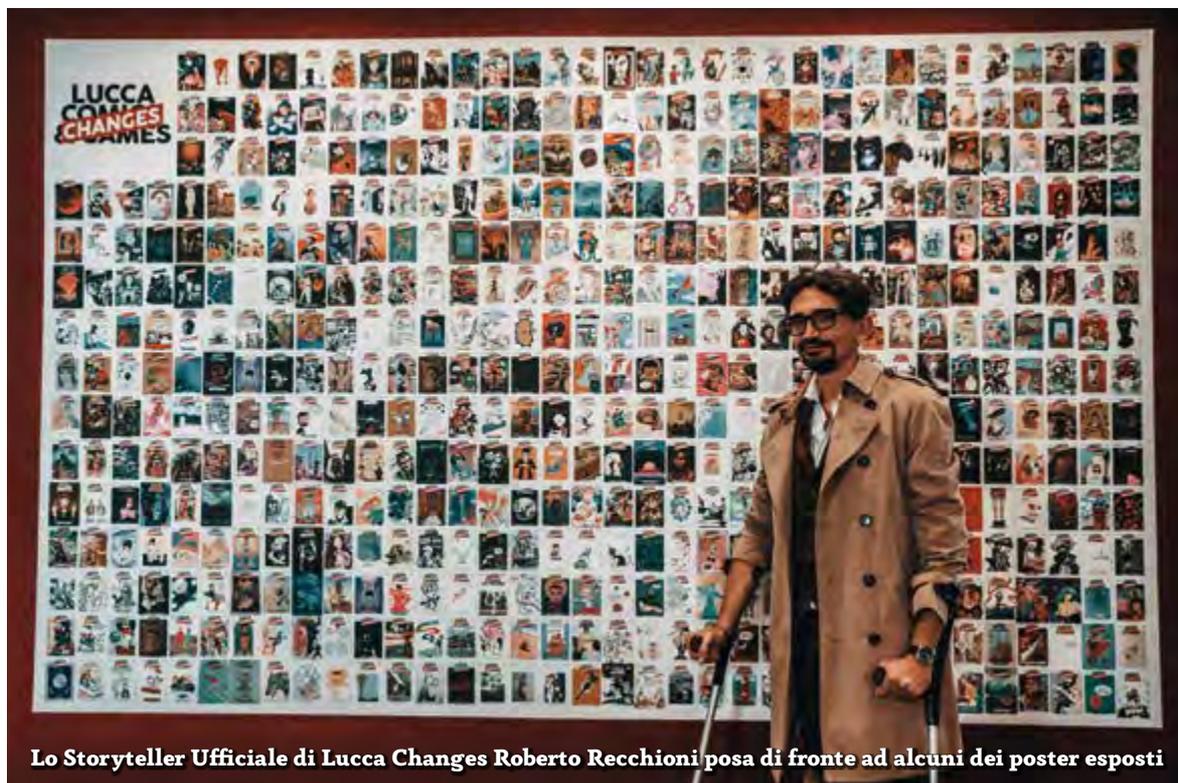
Annunciando che Lucca Comics & Games nel 2020 sarebbe stata sostituita da Lucca Changes la sfida progettuale era quella di comunicare una incarnazione diversa del nostro festival, fortemente digitale, nella quale la città di Lucca sarebbe stata solo uno dei tanti Campfire organizzati in tutta Italia. Lo scopo del progetto di comunicazione era quello di creare un'immagine diversa rispetto a quella tradizionale, con Lucca affollata di visitatori, stand e cosplayer (sebbene avessimo lasciato aperta la possibilità agli eventi in città, ipotizzandone una forma ridotta, compatibile con le direttive relative al Covid-19).

Ecco perché il logo di Lucca Changes è innanzitutto un "bollino" che copre, cancella e sostituisce il logo tradizionale "Lucca Comics & Games". Lo scenario della pandemia con la sua veloce, costante evoluzione, ci ha spinto ben presto ad abbandonare la dimensione fieristica di Lucca Comics & Games, quella con gli stand e le mura affollate da cosplayer: ed al suo posto nella comunicazione abbiamo voluto puntare su una campagna meramen-

te digitale e condivisa, nella quale il festival di Lucca sperimentasse una dimensione delocalizzata, in perfetta sintonia con lo spirito dei **Campfire** che, dando sostegno alle realtà locali, hanno portato lo spirito di Lucca in una fitta rete di fumetterie, librerie e negozi di giochi amici in tutta Italia.

In questa rivoluzione paradigmatica abbiamo dovuto in primis tentare di re-interpretare l'elemento iconico e identitario del Festival: il poster. Lo abbiamo trasformato in un invito all'azione - tutti possono e devono costruire il proprio discorso e portarlo in mezzo all'**Agorà virtuale** dei social, così come in mezzo alle pareti fisiche dei propri Campfire, luoghi dove si coltivano le community, tutte.

Per giocare in libertà, però, serve un regolamento. Arbitro, narratore, sceneggiatore, produttore, giocatore, **Roberto Recchioni** si è messo al lavoro con e per noi. Abituato a palleggiare con le idee e le parole (evidentemente è uno che di cambiamenti se ne intende), ha scritto il suo regolamento in una narrazione ridotta all'osso. Un'espressione, un invito: dream on, continua a sognare. E per iniziare a sognare con il piede giusto, è nata l'idea di coinvolgere dieci sognatori (più uno) che rappresentassero, ognuno alla sua maniera, la Lucca del futuro. **Dieci sognatori (più uno)** provenienti da dieci delle infinite sfumature dello spettro fumettistico. Dieci autori (più uno), per la maggior parte tutti giovanissimi, pronti a immaginare il futuro.



Lo Storyteller Ufficiale di Lucca Changes Roberto Recchioni posa di fronte ad alcuni dei poster esposti

Il risultato? **Oltre cinquecento manifesti realizzati** dalla comunità creativa coinvolta dal progetto Dream on. Una comunità che comprende autori già celebrati dal festival con mostre e fumettisti di successo a condividere il campo di gioco con giovani esordienti e brillanti non professionisti. Ne è risultato un panorama di tematiche che rispecchia ed evidenzia i valori che in questi anni Lucca Comics & Games ha posto al centro della propria missione culturale: **community, inclusion, discovery, respect, gratitude**, aggiungendone un sesto, **safety**.



Il Director of Art di Lucca Comics & Games
Cosimo Lorenzo Pancini e il Questore di Lucca
Alessandra Faranda Cordella

Primo fra tutti il senso di condivisione, l'idea di community che caratterizza l'intera operazione. Poi il senso importante di inclusione delle diverse realtà sociali e mediatiche che la caratterizzano con una grande attenzione alle tematiche LGBTQ e al nostro controverso rapporto con i social media. Ed anche: il gusto della scoperta nelle diverse sperimentazioni formali dei poster presentati, dal disegno alla fotografia al collage. Non mancano infine i valori di gratitudine e rispetto espressi sia nei confronti delle grandi opere della cultura pop

e dei suoi eroi che costituiscono il materiale mitico della modernità, sia nei riguardi della città di Lucca, oggetto di infinite interpretazioni e dichiarazioni di affetto. Il tutto nella piena osservanza delle

regole di sicurezza. Nel complesso un'operazione che ha dimostrato ancora una volta come il progetto di comunicazione del festival non può non essere legato alle tematiche e alle modalità organizzative del festival stesso. La complessità del festival, la ricchezza degli ambiti semantici che va a toccare e la moltitudine di comunità reali e digitali che influenza richiedono un continuo lavoro di ricerca. Per quella che sempre di più si allontana da mera operazione di comunicazione pubblicitaria, per diventare ogni anno fondamentale momento di autorappresentazione e autoaffermazione di una realtà - quella del festival - viva, multidimensionale e in continua evoluzione.

3.8.3. COMUNICAZIONE DIGITALE



Emilio Cozzi posa con il photobook di Lucca Comics & Games

Come già ribadito più volte in questo volume, il 2020 non è stato l'anno di Lucca Comics & Games ma di Lucca Changes, di conseguenza **è stato creato un nuovo portale web**, un nuovo dominio: **www.luccachanges.com** che di fatto è ripartito da zero con una **doppia finalità: informare e permettere di fruire**. È sicuramente stato il punto di atterraggio e di approfondimento di qualsiasi comunicato stampa e di ogni comunicazione pubblicata, è stato lo strumento più aggiornato per consultare il programma della manifestazione, per conoscere tutti gli ospiti e, come novità di quest'anno,

per consultare tutto l'elenco delle novità editoriali lanciate sul mercato contestualmente allo svolgimento della manifestazione nonché per **accedere allo store di Lucca Comics & Games presente su Amazon, official e-commerce del festival 2020**. Nel contempo è stato il luogo dove poter vedere e partecipare agli eventi del festival, in diretto collegamento sia con i profili social di Lucca Comics & Games, sia con il canale Youtube della manifestazione.



Il Teatro del Giglio il giorno della conferenza stampa di settembre

Nel 2020, quindi, non vi è stato il consueto "switch" dal sito istituzionale (quello che Lucca Comics & Games da anni usa nei mesi invernali e primaverili) a quello "di edizione", ma durante l'estate è stato progettato un nuovo portale, presentato al pubblico il 10 settembre 2020 in occasione della conferenza stampa di "mid-term", svoltasi in diretta streaming dal Teatro del Giglio di Lucca. Non vi è stata la consueta apertura della biglietteria di

fine luglio-inizio agosto, il programma è stato presentato poco alla volta a partire dal mese di settembre inoltrato, e molte migliorie sono state affinate in corso d'opera. Per questo risulta molto difficile nonché errato confrontare il sito e i dati 2019 con quelli del 2020, sotto tutti i punti di vista.

Tuttavia è possibile fare un confronto tra il pubblico che ha seguito l'evento nel periodo che va dal 10 settembre al 9 novembre, periodo più breve rispetto a quello considerato negli anni precedenti. A prima vista è stato rilevato che Lucca Changes ha contato su un pubblico molto variegato con un alto tasso di fan "di settore". Tante nicchie che insieme hanno interagito più volte con le pagine del sito.

Seppure con un numero complessivo inferiore rispetto al pubblico di internauti del 2019, la user experience del sito nuovo ha migliorato l'esperienza di navigazione. Infatti si è registrato: un aumento del numero di pagine/sessione (da 3,03 a 3,61), un aumento della durata di sessione media (da 02:43 min a 03:28 min), una riduzione della frequenza di rimbalzo (da 51,21% a 33,41%).

Sia in questa edizione sia nella precedente sono stati più numerosi i nuovi visitatori rispetto a quelli di ritorno. Inoltre il volume di utenti e di traffico è stata abbastanza costante nel periodo preso come riferimento, per poi aumentare nei giorni del festival.

3.8.4. STAMPA



Dal 2019, con l'integrazione nel gruppo di lavoro di due referenti per la gestione della stampa di settore negli ambiti "comics" e "games, fantasy", è stato possibile fare un lavoro continuativo durante l'anno anche a supporto di tutte quelle attività corollario di Lucca Comics & Games.

Inoltre, la squadra che abitualmente si compone per il festival, nel 2020 si è dimostrata reattiva anche durante il periodo della campagna #INERDATHOME (marzo-maggio 2020) e nel mese di luglio, massimizzando gli sforzi di tutto il gruppo di lavoro.

Gli sforzi profusi nel 2020, tuttavia, non hanno prodotto i risultati a cui eravamo abituati sino al 2019 per diversi motivi: la drastica diminuzione degli spazi che la stampa abitualmente dedicava alla cultura, all'intrattenimento e al tempo libero a favore di notizie dedicate alla pandemia e la crisi economica (o comunque alla cronaca), che hanno letteralmente fatto la parte del leone; la difficoltà vissuta in prima persona dalle redazioni dei giornali (online e cartacei, per non parlare delle TV e delle radio) che in diversi casi hanno dovuto ridurre drasticamente il personale di redazione; la saturazione in brevissimi periodi dell'anno di troppe manifestazioni che, non essendo state cancellate ma posticipate, si sono trovate a competere con concorrenti sino a quest'anno inimmaginabili.

Nemmeno le media partnership, al netto di quella con RAI ben documentata nel capitolo 3.4, sono riuscite a contrastare appieno le difficoltà percepite lato "uffici stampa" e "stampa tradizionale", seppure ci siano state delle eccezioni virtuose descritte nelle pagine seguenti.

Il trend di crescita della media evaluation (Advertising Value Equivalent) si è arrestato, registrando per la prima volta dopo anni di successi un decremento molto significativo e impattante per un totale di **4.187.065 euro**. Questo dato ci porta indietro nel tempo, precisamente al 2016, anno in cui si era registrata una media evaluation pari a 5.444.271).

È da notare, tuttavia, a conferma dell'analisi riportata nel paragrafo precedente, come siano diminuiti sensibilmente i numeri della carta stampata (AVE 30% 2020 vs AVE 44% 2019 per la stampa) e i secondi di presenza sulle TV e radio nazionali (6.571 secondi 2020 vs 24.589 secondi 2019, esclusi i dati dei servizi concordati con RAI), mentre siano cresciuti i dati AVE relativi alla stampa web (32% 2020 vs 19% 2019). Chiaramente anche il numero di accreditati all'area stampa è stato contingentato per rispettare appieno le norme anti contagio. In confronto con le centinaia di giornalisti accreditati a cui eravamo abituati, nel 2020 sono stati circa una cinquantina i giornalisti/operatori del settore e media partner che hanno ricevuto l'accredito stampa di Lucca Changes, con un relativo calo di presenze dovuto all'ultimo DPCM entrato in vigore il 24 ottobre 2020.

Nazionale



La copertura della stampa nazionale è stata sufficientemente soddisfacente nonostante le difficoltà citate nelle premesse. Nelle seguenti righe non sono presi in considerazione i servizi e le produzioni concordate con RAI e andate in onda su Rai 4, Rai 5, Rai Cultura e Rai 3 (oltre che su RaiPLAY, ovviamente) documentate nel paragrafo 3.4.

La copertura redazionale di Rai è stata integrata grazie al coinvolgimento di diverse reti anche per coprire capillarmente l'attività dei Campfire (ove fosse consentito lo spostamento tra regioni e l'attivazione delle redazioni locali) e il festival in generale. Tra le reti che hanno dedicato spazi a Lucca Changes si segnalano: Rai 1, Rai 3 Toscana, Rai 5, Rai News, Rai 3 Lazio, Rai Radiouno Toscana, Rai RadioUno, Rai RadioTre, Radio 24, Rai Radiodue. Si ricorda inoltre il servizio andato in onda su Italia Uno durante Studio Aperto delle 12.25 del 31.10.2020 dedicato al nuovo fumetto di Elettra Lamborghini edito da Beccogiallo. I quotidiani e i siti di informazione con impatto nazionale hanno continuato a seguire la manifestazione. In particolare si segnalano le pubblicazioni di laRepubblica,

Robinson (laRepubblica) e Mashable, che hanno pubblicato articoli e servizi ma hanno anche condiviso sui portali online alcuni degli appuntamenti ufficiali del festival.

Una preview della selezione di eventi del programma di Lucca Changes che **Mashable** ha condiviso sul proprio portale:

laRepubblica, in particolare **Robinson**, oltre ai vari articoli scritti e documentati nella rassegna annuale, ha dedicato ampio spazio alla manifestazione in data 17 ottobre, riservando la copertina dell'inserto Robinson ad uno dei tantissimi poster realizzati da artisti e appassionati per Lucca Changes: **Fabrizio Spadini**. Oltre a questa copertina, uno degli articoli contenuti in questo inserto, ha pubblicato anche i poster di **LRNZ, Vincenzo Filosa, Rita Petruccioli, Zerocalcare** e **Sio**.



Il Corriere della Sera, in particolare la Lettura, in data 04 ottobre 2020, ha dedicato quattro splendide pagine allo spettacolo **Lucrezia Forever!** con interviste a **Francesco Niccolini, Amanda Sandrelli** e **Silvia Ziche**, a cura di **Helmut Failoni**, e ha continuato a seguire il festival con altri pezzi scritti da **Jessica Chia** il 23 ottobre 2020, il 02 e il 03 novembre 2020.

La Stampa, infine, ha pubblicato un bel pezzo di "debrief" il 10 novembre 2020 tramite l'intervista realizzata dal giornalista **Gianmaria Tammaro** al direttore del festival, Emanuele Vietina.

Internazionale



Pur non essendo stato attivato alcun servizio di PR internazionale e non avendo potuto organizzare alcun press tour riservato alla stampa estera, sono state registrate diverse uscite tra le testate di settore. Si segnala in particolare il video su Lucca Changes pubblicato da **China Global Television Network**. La prima rete a pubblicarlo è stata **Radio Cina Internazionale** sul proprio profilo facebook (370k followers). Inserito nel database del gruppo China Media Group, lo stesso video è stato distribuito anche attraverso altri canali online

(sito CRI.net, App Cinitalia - prima app bilingue istituzionale sulle notizie Italia-Cina -, pagina facebook di CGTN, China Global Television Network, e sito web CGTN).

Locale



La stampa regionale e locale ha consolidato il lavoro fatto negli ultimi anni, contribuendo di fatto anche alla rassegna stampa nazionale. Praticamente quasi tutte le attività ritenute prevalentemente di interesse territoriale hanno avuto una risonanza a livello nazionale, portando lustro e ulteriore notorietà alla città di Lucca. I servizi realizzati dalle redazioni locali sono serviti al montaggio e a copertura di quelli nazionali, in un perfetto spirito di collaborazione. Si segnalano a riguardo, a titolo di esempio, lo speciale Petrarca andato in onda il 24 ottobre e l'intervista alla presidente di Lucca Crea, Francesca Fazzi, andata in onda su Granducato TV il 27 ottobre 2020. L'inaugurazione, anche grazie alla partecipazione del Direttore delle Gallerie degli Uffizi Eike Schmidt, ha attirato l'attenzione di tutti i media, locali e nazionali, che sono stati ben coordinati nella realizzazione di interviste e servizi. Si segnala una buona copertura sia della Nazione sia del Tirreno, oltre ad un bel pezzo pubblicato su Gente il 31 ottobre 2020.

3.8.5. AREA STAMPA



La Sala Stampa di Lucca Changes ha avuto una sede privilegiata: Palazzo Arnolfini, esattamente davanti al Teatro del Giglio. Un luogo centralissimo, di pregio, dotato di molte stanze che hanno consentito il distanziamento sociale, la piena osservanza delle regole nonché la comodità di qualsiasi spostamento degli ospiti e dei giornalisti fisicamente presenti a Lucca. La stanza più grande è stata inoltre la sede per l'unica conferenza stampa organizzata in presenza (quella con **Elettra Lamborghini** e **Luca Vanzella**) e per diversi incontri previsti nel programma del festival. L'arredamento di questi spazi, curato grazie alle forniture di sponsor qualificati, ha consentito anche l'uscita stampa di un servizio dedicato ai legami tra il mondo del design d'interni e la creatività dei fumetti.

3.8.6. MEDIA PARTNERSHIP

Oltre alla Main Media Partnership con RAI, una delle colonne portanti di questa edizione, ampiamente descritta nel paragrafo 3.4 e a **Radio 2** nelle vesti di Official Radio, sono stati al fianco di Lucca Changes anche **Wired** e **Spotify**, quest'ultimo come Music Streaming Partner. Insieme a loro anche

Radio Impronta Digitale e Radio Viva FM in qualità di Campfire Media Partner. **Badtaste.it, tom's Hardware, Fumettologica, Fantasy Magazine, Gioconomicon, Cultura POP, GAMES machine, ioGioco** sono stati presenti in qualità di Webmedia partner. Con ognuno di loro, preziosi alleati, sono state implementate attività specifiche volte a valorizzare i contenuti, gli autori, i messaggi e le aziende che hanno dato vita al programma di Lucca Changes. Partner diversi per la comunicazione di contenuti diversi, messaggi diversi, rivolti a pubblici diversi. Un grande lavoro di squadra con un unico obiettivo: difendere la filiera, raccontandola.

3.9. I PREMI



Fondazione Banca del Monte di Lucca, il Palazzo delle Esposizioni e l'auditorium

Pur in un anno difficile, che ha visto il Festival mutare profondamente, un'attività di Lucca Comics & Games che non poteva interrompersi per la sua rilevanza sistemica e identitaria è lo svolgimento dei principali premi e concorsi. I tradizionali premi dedicati al fumetto, i vecchi Gran Guinigi, si sono persino presentati con veste rinnovata, rinominati Lucca Comics Awards ed annunciati, per la prima volta nella storia del premio, nell'ambito di un programma RAI. Ulteriore novità è stata l'introduzione di un premio dedicato al Miglior Esordiente, con un riconoscimento in denaro offerto dalla **Fondazione Banca del Monte di Lucca**.



I premi dedicati al gioco hanno di nuovo proclamato il Gioco dell'Anno e il Gioco di Ruolo dell'Anno, così come il premio intitolato a Joe Dever ha celebrato la miglior opera crossmediale. Si sono svolti regolarmente, per quanto con modalità adattate alla situazione, anche i classici premi rivolti ai giovani autori, il Project Contest dedicato al fumetto, il concorso Gioco inedito e il premio intitolato a Livio Sossi per l'illustrazione per ragazzi. Anche alcuni tradizionali tornei di Lucca Games si sono svolti regolarmente, con tutti gli adattamenti del caso: il Trofeo Grog, concorso di pittura di miniature, si è svolto nei Campfire in un'edizione speciale, il trofeo Rill dedicato alla letteratura fantastica si è svolto regolarmente con cerimonia di premiazione online, mentre le Ruolimpiadi hanno celebrato il loro venticinquesimo anniversario con un'edizione speciale non competitiva.





LUCCA COMICS & GAMES

Il Direttore Emanuele Vietina durante la Cerimonia di Apertura del Festival presenta la mappa dei Campfire in Italia, i 115 negozi specializzati selezionati da Lucca Crea a fronte di oltre 300 domande pervenute da tutta Italia.

Fra eventi, incontri, iniziative speciali e molte altre sorprese, questi veri e propri avamposti del passatempo umanistico hanno ospitato la famiglia di Lucca Comics & Games durante i giorni di Lucca Changes, celebrandone un senso di appartenenza e di urgenza comunitaria che non conosce barriere.

L'artwork sullo sfondo è opera dall'artista Andrea Piparo, illustratore per Magic: the Gathering, Lex Arcana, Nightfell e molti altri titoli



CENTO ANNI GIANNI RODARI
CENTO STORIE E FILASTROCCHIE
CENTO ILLUSTRATORI



CREDITS

Da sinistra: il Viceprefetto Vicario di Lucca Giuseppina Cassone, il Viceministro Dito Crimi e il Sindaco di Lucca Alessandro Tambellini visitano la mostra per i 100 Anni di Gianni Rodari

CREDITS

COMUNE DI LUCCA

Sindaco

Alessandro Tambellini

LUCCA HOLDING S.p.A.

Amministratore Unico

Claudio Del Prete

LUCCA CREA S.r.l.

Presidente

Francesca Fazzi

Mario Pardini (uscente)

Consiglieri

Aldo Gottardo

Marzia Riccomi

Direttore Generale

Emanuele Vietina

Staff di Direzione

Cristiana Dani

Ricerca e Analisi

Antonio Rama

Amministrazione e Patrimonio

Giovanni Fenili

Stazione Appaltante

Anna Angelici

Lucia Dianda

Amministrazione

Silvana Ferrari

Affari Istituzionali

Giovanni Russo

Immagine Corporate

Francesco Bonturi

Lucca
Comics&Games

Area Sales – LC&G

Andrea Parrella

Simone Barsotti

Lucca
Comics&Games

Area Programmazione – LC&G

Jacopo Moretti

Tiziano Antognozzi

Silvia Ceccarelli

Lucca
PoloFiere&Congressi

Polo Fiere & Congressi

Maria Novella Dogliotti

Ricerca e Sviluppo

Maurizio Ciacchella

Legal

Nicola Frezza

Antonio Pellegrino

Compliance e Organizzazione Aziendale

Valentina Maggi

Edoardo Rivola

ICT & Program Management

Daniele Luchi

Alessandro Di Giulio

**LUCCA CHANGES****Program Manager**

Gianluca Del Carlo

Director of Art

Cosimo Lorenzo Pancini

Official Storyteller

Roberto Recchioni

Produzione

Andrea Bernardini (Cinema)

Luca Bitonte (Audiovisivi)

Gabriele Cenni (Sponsor)

Dario Cherubino (Games)

Mattia Coen (Retail)

Tomas Paladin (Campfire)

Duccio Signorini (Logistica)

Progettazione

Jacopo Croci

Gianni Parenti

Andrea Pellegrini

Mostre

Mauro Bruni (coordinamento)

Guido Martini (Art Director)

Progettazione

Mariano Fazzi

Roberto Irace

Pierpaolo Putignano

Programmi e Iniziative

Alberto Cecchetti (Miniature Island)

Giovanni Cova (Movie)

Nicola D'Olivo (Cosplay)

Andrea Faina (Level Up)

Pier Luigi Gaspa (Cicli di Fumetto)

Sarah Genovese (Premio Livio Sossi)

Davide Scano (Gioco dell'Anno)

Giammaria Tammara (Cicli Cinema)

Francesco Niccolai Mugnaini (Japan)

Comunicazione

Francesca Bellotto

Uffici Stampa

Patrizia Wächter e Delia Parodo (Nazionale)

Jazmin Kuan Veng (Internazionale)

Barbara Di Cesare (Regionale)

Massimo Di Grazia (Locale)

Veruska Motta (Fumetto)

Simone Bonaccorso (Gioco)

Marco Giannatiempo (Videogioco)

Web & Social

Laura Filattiera

Alessio Lucarotti

Igor Mario Medved

Simone Peruzzi

**LUCCA COLLEZIONANDO****Coordinamento**

Dario Dino-Guida

Programmazione

Riccardo Moni

**MURABILIA E VERDEMURA****Coordinamento**

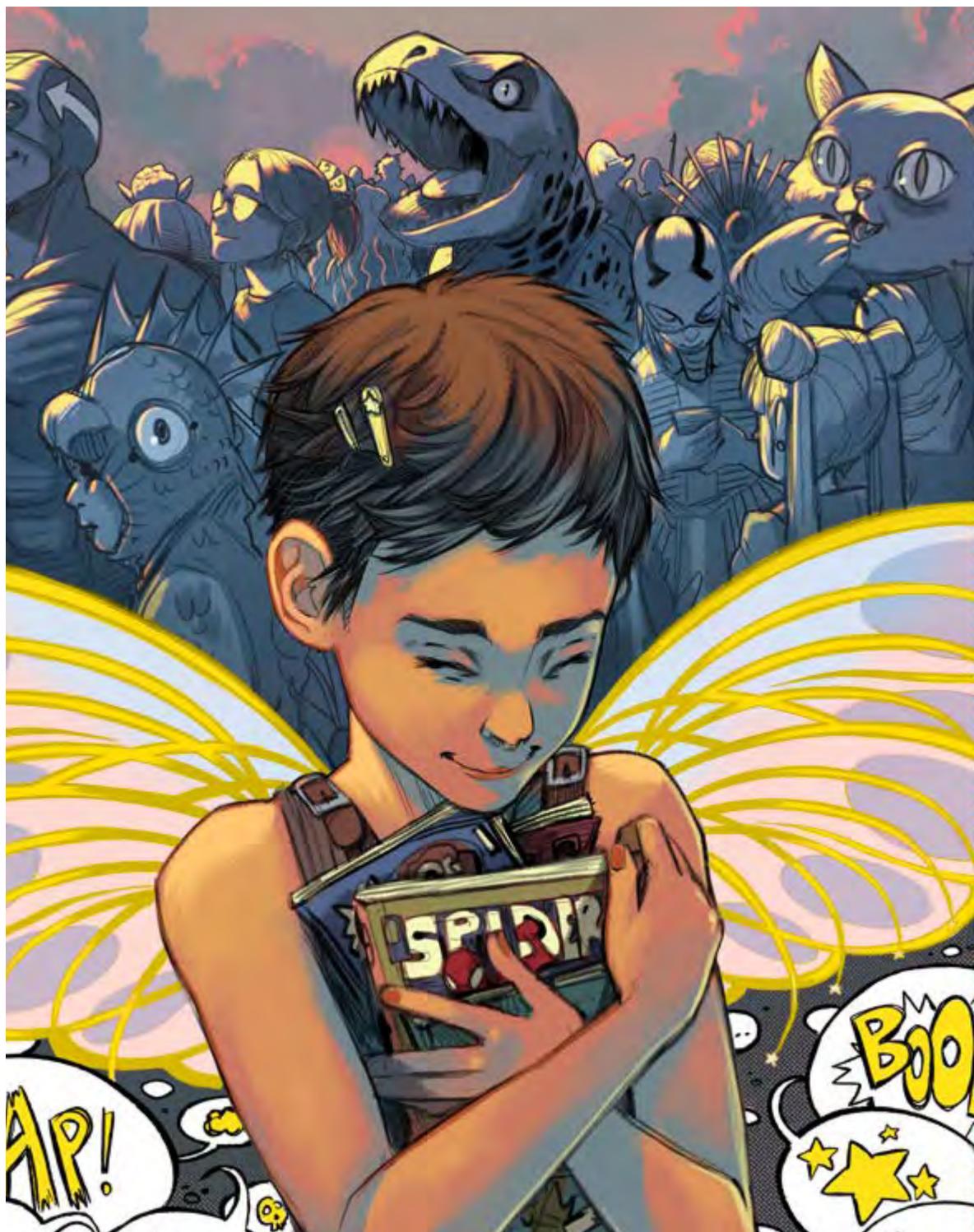
Giuseppe Benedetti

Sales e Programmazione

Claudia Canigiani

Jacopo Lazzareschi Cervelli

Ilaria Monticelli



Il poster del Dreamer Samuel Spano





Da Sinistra, posano a fianco della Mini a tema Flash: l'artista e autore dell'opera Carmine Di Giandomenico, il Marketing Manager di Panini Renato Franchi e la Presidente di Lucca Crea Francesca Fazzi



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.



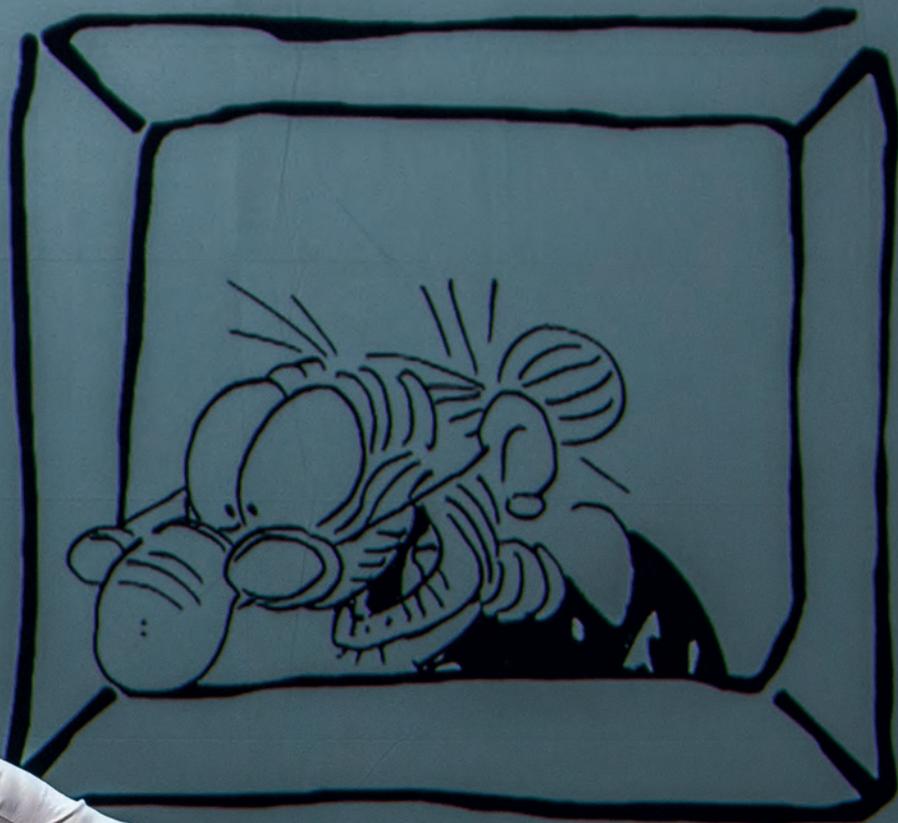
RESPECT. #aLuccaRispettiamo

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.



Amanda Sandrelli interpreta Lucrezia, il personaggio creato da Silvia Ziche nell'adattamento teatrale "Lucrezia Forever!". Testo e regia di Francesco Niccolini, scene di Davide Giannoni e Francesca Pasquinucci, collaborazione alla regia Cataldo Russo, direzione di scena Gialnuca Del Carlo, registrazioni Luca Bitonte. Una produzione Lucca Crea e Teatro del Giglio di Lucca

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
PoloFiera

