



In copertina: Simone Bianchi e Caparezza autografano la special edition di Exuvia, ultimo disco di Caparezza. Cover illustrata da Simone Bianchi.

In terza di copertina: Pau, Paolo Barbieri e i Lacuna Coil incontrano il pubblico nello spazio Level Up di Palazzo Tucci



LE STELLE IVAL 1NOV I CAN 22 OTT



INDICE		ATTIVITÀ ONLINE - TWITCH ATTIVITÀ IN ITALIA - CAMPFIRE	87 88	
IL SALUTO		<b>4.2. Aspetti tecnico-economici</b> L'edizione della ripartenza	<b>95</b> 95	
		L EDIZIONE DELLA RIPARTENZA ANALISI ECONOMICO-PLANIMETRICA E DIREZIONE LAVORI	95 100	
LUCCA CREA ANNO IV: NELL'AGENDA DEL PAESE		NUMERI, SPAZI E INCASSI	106	
		GLI SPONSOR	110	
1. LA SOCIETÀ		IL TICKETING		
1.1. RIPARTENZA POST-COVID		IL RAPPORTO CON LE AGENZIE E GLI OUTSOURCING	114	
RICERCA E SVILUPPO	24	FUNZIONI TECNICHE: IDEAZIONE, PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E LO		
1.2. PROGETTI		4.3. COMUNICARE LUCCA COMICS & GAMES	119	
IN-HABIT		L'IMMAGINE COORDINATA	120	
CO-MIX		COMUNICAZIONE DIGITALE	121	
COLLABORAZIONE CON MAECI: ARTLINK FARNESINA		COPERTURA STAMPA E MEDIA VALUE	126	
EXPO COMICS MUSEUM		MAIN MEDIA PARTNERSHIP CON RAI	132	
FELTRINELLI COMICS & GAMES	27	4.4. I PREMI	139	
LE GALLERIE DEGLI UFFIZI	28	LUCCA COMICS AWARDS	139	
SLOW LIFE SLOW GAMES	29	PREMI DI TALENT SCOUTING	139	
PROGETTI SCOLASTICI	30	I CONCORSI DI LUCCA GAMES	140	
GAME SCIENCE CENTER	31			
1.3. COMUNICARE LUCCA CREA	33	CREDITS	145	
2. IL POLO FIERE	39			
2.1. LE ATTIVITÀ	41			
2.2. JAPAN TOWN AL POLO FIERE	<i>42</i>			
2.3. IL CALENDARIO DEGLI EVENTI	43			
2.4. MIGLIORIE E ADEGUAMENTI	43			
MANUTENZIONE ORDINARIA	44			
MANUTENZIONE STRAORDINARIA E MIGLIORIE	44			
2.5. COMUNICARE IL POLO FIERE	45			
3. LE MANIFESTAZIONI DI LUCCA CREA	49			
3.1. MURABILIA				
3.2. FOCUS SU LUCCA COLLEZIONANDO				
3.3. FOCUS SU VERDEMURA	51			
4. LUCCA COMICS & GAMES 2021	<u>55</u>			
4.1. LA PROGRAMMAZIONE				
INTRODUZIONE AI SETTORI DEL FESTIVAL	58			
NUMERI E ATTIVITÀ	65			
LE MOSTRE	80			
PROGETTI SPECIALI	84			





Il Direttore delle Gallerie degli Uffizi Eike Schmidt durante l'inaugurazione delle Mostre di Palazzo Ducale







# **IL SALUTO**



L'inaugurazione di Murabilia 2021, da sinistra: Francesca Fazzi, Giuseppe Benedetti e il Sindaco Alessandro Tambellini

Tante le direttrici da intercettare all'interno di questo bilancio sociale 2021 per conoscere la realtà di Lucca Crea e per comprendere le scelte fatte, in questo nuovo anno difficile, da una società che idea, gestisce, organizza eventi.

Scelte e percorsi, a volte apparentemente centrifughi, da relazionare allo scatto richiesto da tempi in cui la parola programmazione è apparsa quasi utopica; intuizioni che riescono a divenire strade

maestre, grazie a metodo, analisi puntuali e coraggiosa lungimiranza, in un nuovo iter di complessa razionalizzazione che la società è riuscita a mettere a regime in un anno strategico: chiuso con un significativo riallineamento, non solo nei numeri, che ha di fatto dimostrato positivamente, nei fatti, che sia la scelta di Lucca Changes nel 2020 che quelle operate per mettere a punto la complicata e bellissima edizione di Lucca Comics & Games del 2021, sono risultate vincenti all'interno di un panorama di crisi e sconvolgimenti epocali che ha riportato tutti gli enti organizzatori di fiere ed eventi alla medesima griglia di partenza.

Una lettura quindi particolarmente stimolante, soprattutto alla luce dei successi e della tenuta di tutti e tre i rami d'azienda: il Polo Fiere, il settore del gardening con Verdemura e Murabilia (che ha visto a settembre un'edizione di particolare fascino, nella complessità della situazione sanitaria, gestita con grande misura e attenzione) e Lucca Comics & Games, la manifestazione di punta alla quale tutto il mondo guarda con interesse e ammirazione. Manifestazione composita, strettamente legata all'anima della nostra città, alla bellezza delle sue emergenze storiche e architettoniche, non solo scenografia affascinante, ma soprattutto relazione complessa fra espositori, eventi, artisti, pubblico, città, cittadini, soggetti intorno ai quali far quadrare numeri e proposta culturale. E che ha visto la presenza delle Istituzioni, con il Ministero delle Politiche giovanili, la Regione Toscana, il Museo degli Uffizi



e il Ministero della Cultura, impegnate al nostro fianco con importanti e qualificanti progettualità. Successo che ha toccato tutte le attività di Lucca Crea gestite con energia, dedizione, determinazione dal gruppo di lavoro che ha declinato con professionalità, competenza e creatività la visione lucida e tenace della direzione, sempre affiancata, per la corretta interpretazione di protocolli e normative sanitarie, dalla costante presenza e dal dialogo costruttivo delle istituzioni preposte.



L'accesso a piazza Napoleone con il portale brandizzato "...a Riveder le Stelle"

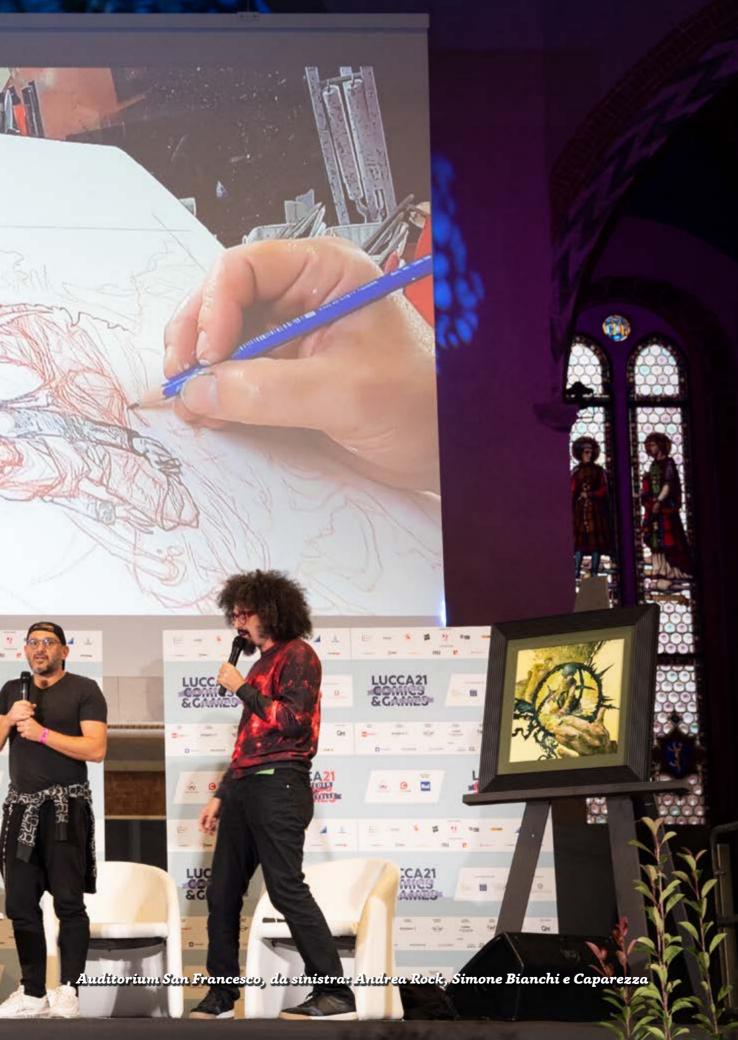
Lettura quindi di un cammino, articolato, diversificato anche nelle modalità espressive dei contenuti culturali, partecipato istituzionalmente; non un arresto e una ripartenza, ma un continuum di attività che ha visto Lucca Crea impegnata fra il 2020 e il 2021 in un complesso percorso ricostruttivo e innovativo: a riveder le stelle (come ha recitato il claim dell'edizione di LC&G fortemente connotata

dal 700enario dantesco) del proprio universo creativo e del dialogo gioioso, positivo, reattivo con i nostri espositori, il nostro pubblico, la nostra città.

La Presidente

Francesca Fazzi











# LUCCA CREA ANNO IV: NELL'AGENDA DEL PAESE



Dietro le quinte del Teatro del Giglio

Compiere la transizione, rappresentarla ed evolvere in qualcosa di nuovo e diverso. Da resistenti e antifragili, dal cantiere permanente del 2020 e la sua vertiginosa galleria del vento alla prova della messa su strada. Il gruppo di donne e di uomini che ha fatto della sua cultura del lavoro, intensa caparbia, la sua cifra ha affrontato la sfida all'incertezza del 2021 confrontandosi con una progetta-

zione e una programmazione ancora soggetta a cambiamenti. In un contesto sanitario ancora emergenziale, avevamo comunque la consapevolezza profonda che nella seconda metà dell'anno le nostre manifestazioni avrebbero potuto e dovuto essere realizzate, facendo tesoro delle preziose progettazioni e dei nuovi strumenti del 2020.



Ritrovarsi a Murabilia 2021

Grazie a un costante dialogo con le istituzioni e le associazioni di categoria, abbiamo potuto attivare solidi protocolli per la realizzazione in piena sicurezza dei primi eventi in un contesto ancora pandemico. Proprio nel 2021, *Murabilia* ha trovato un inquadramento tecnico-logistico che ha consentito un ampio utilizzo del complesso della passeggiata storica delle Mura. Un modello valido al punto

tale da risolvere non solo le istanze dettate dal distanziamento interpersonale vigente ma anche problematiche irrisolte da anni rappresentando immediatamente un benchmark utile anche per la rassegna successiva di *Verdemura*. Uscire migliori dalla crisi è stato quindi il nostro leit motiv: il 2021, ricco dei prototipi ideati nell'anno del cambiamento, ha visto anche la definitiva maturazione del progetto *Feltrinelli Comics & Games*, che - dopo un anno di sperimentazioni - è diventato l'asset prin-



cipale del programma digital 365 giorni l'anno. Una programmazione dedicata al mondo del gioco e del fumetto capace di fare leva sul rapporto arte e editoria costruendo di fatto il modello per la definitiva maturazione del Festival Digital di *Lucca Comics & Games*. Non una mera riproposizione dei contenuti dell'evento fisico, ma un diaframma attraverso cui proporre i valori e i contenuti della manifestazione culturale e mercatale. Un crocevia di arte e commercio e che va oltre i confini dell'accoglienza fisica, in cui la grammatica comunicativa si basa sempre su un rapporto tra creatori di contenuti e spett*attori* che, pur nella virtualità del festival digital su Twitch, mantenesse una profonda relazione e connessione individuale. Esattamente come la proposta festivaliera tradizionale.



L'immagine del progetto Slow Life realizzata da Giacomo Bevilacqua

Ma il dialogo è stato stretto e individuale anche con il territorio, che ha raccolto le relazioni sviluppate a partire dal 2020 per elaborare nuovi progetti di consapevolezza socio-sanitaria come Slow Life - Slow Games, Gioca al ritmo giusto. Una progettualità che sarà centrale nell'anno in corso e che ha iniziato a concretizzarsi nel 2021: un esempio concreto di come la cultura ludica possa essere una

leva fondamentale anche per le grandi istituzioni locali, mostrando anche come la più grande operazione di disseminazione del gioco da tavolo d'autore in Italia sia stata possibile grazie all'impegno di un'importante Azienda Sanitaria come quella della Regione Toscana.



Il Polo Fiere durante uno di concorsi dell'Università di Pisa

Lucca Crea diviene quindi un volano di opportunità per il sistema regionale attraverso il suo Polo Fiere e Congressi: dopo essere tornato attivo con la grande Fiera dedicata all'industria Cartaria, grazie alle le sue capacità tecnico-programmatiche ancora una volta si è rivelato un hub fondamentale per le attività di selezione concorsuale dell'università e degli enti pubblici dell'intera area.



Una conversazione istituzionale attenta, proattiva e capillare. Tattica nelle relazioni con le autorità di vigilanza e con la Prefettura, fondamentale per sviluppare un costante e proficuo rapporto con le rappresentanze degli enti coinvolti nella tutela della salute e sicurezza pubblica. Un dialogo fattivo che ha permesso a Lucca Crea di costruire un percorso in cui poter presentare le soluzioni che negli anni a venire porteremo a ulteriore valore: dal ritrovato utilizzo del Palasport nell'area nord della città, alla recuperata funzionalità dell'hub fieristico di Sorbano nell'area sud, per una rassegna autunnale del fumetto e del gioco che nel 2021 ha saputo radunare in un centro storico cittadino oltre 100.000 visitatori. Un unicum per il Paese. Ampliare gli spazi, integrandoli di funzioni per moltiplicare la capacità attrattiva della città-manifestazione.



La cerimonia di conferimento della cittadinanza onoraria al Milite Ignoto alla presenza del Ministro Fabiana Dadone

Una relazione tra ente organizzatore e istituzioni che con l'emergenza pandemica aveva già trovato nuove e forti alleanze. Nell'anno di Changes la Farnesina e gli Istituti di Cultura Italiana all'estero avevano inviato Lucca Crea a produrre oltre 40 mostre in tutto il mondo con l'occasione de la Settimana della Lingua Italiana, il Ministero della Salute con la campagna del CNT aveva trovato nei linguaggi di Lucca Comics & Games la leva per sensibilizzare i giovani sul tema della donazione degli organi attraverso i giochi di ruolo. Ecco che dopo Lucca Changes, nel 2021 la manifestazione e i suoi valori entrano programmaticamente nell'agenda di un Paese che vuole cambiare e vuole farlo attraverso le eccellenze di quei linguaggi che forniscono gli elementi fondamentali del discorso culturale della nostra manifestazione.





Da sinistra: Eike Schmidt e Paolo Barbieri

Ed è così che, a compimento del percorso iniziato nel 2020 con Eike Schmidt e le Gallerie degli Uffizi, dal 2021 insieme al prestigioso museo (il più celebre al mondo secondo la rivista culturale *Time Out*) e il MiC si è istituita la prassi che il Premio alla Carriera dedicato ai fumettisti - Yellow Kid al Maestro del Fumetto - sia assegnato da una giuria in cui sieda permanentemente un membro del ministero e un rappresentate del museo. Un unicum nel panorama internazionale.

Senza dimenticare che anche la Struttura di Missione per la valorizzazione degli Anniversari Nazionali e il Dipartimento delle Politiche Giovanili hanno trovato nella nostra selezione di venti artisti e delle loro dimensioni espressive il trampolino per riattualizzare un momento fondante per le coscienze della Repubblica. Una proposta combinata con il progetto del *Treno della Memoria* di Anna Villari, Luca Milan e Paolo Vicchiarello che faceva perno sulle opere di Gipi, tratte dalla sua graphic novel *Una Storia*.



L'inaugurazione della mostra dedicata al Centenario del Milite Ignoto nella chiesa di San Cristoforo

E proprio l'operazione dedicata al *Centenario del Milite Ignoto* è diventata simbolica per l'anno appena trascorso. Un progetto che ha messo al centro la transizione da una cesura storica tragica che ha prodotto una realtà sociale prodromica al dramma della Seconda guerra mondiale. Un monito che l'edizione 2021 di Lucca Comics & Games con "A riveder le stelle" ha voluto guardare negli occhi cercandone soluzione nelle sue poetiche e nelle sue espressioni estetiche: al centro del suo programma l'idea che un'intera generazione, quella nata dopo il 2000, dovesse transitare digitalmente, ecologica-



mente, individualmente e culturalmente verso una nuova dimensione collettiva. Una dimensione che ha bisogno di strumenti ma soprattutto di occasioni in cui confrontarsi, riconoscersi e tenersi caldi grazie a un *ethos* comune, prendendosi cura con amore di sé e degli altri.



Uno dei primissimi bozzetti del poster di Paolo Barbieri per Lucca C&G 2021

Un Rinascimento senza Fine simboleggiato dal Dante di Paolo Barbieri, ma anche dalla campagna di quella fondamentale e già citata istituzione regionale che proprio nel biennio pandemico ha saputo riconoscere e allearsi con il nostro community event che mette al centro le forme di storytelling contemporaneo e le mitologie moderne. Culture partecipative. Un Festival quindi che nell'*Ora più Buia* ha saputo compiere la maturazione tanto attesa e entrare stabilmente nell'Agenda del sistema Paese facendosi valore e strumento per la collettività nel senso più ampio.

Una maturazione appena iniziata, che deve essere consolidata partendo proprio da quanto di più importante: le culture dei suoi mondi di riferimento, la mentalità e la disposizione al lavoro del suo network di CREAtive e CREAtivi. L'unica ricetta che abbiamo per superare questa difficile transizione. Questo gruppo di donne e di uomini ha affrontato incertezze e sfide, ha abbracciato il cambiamento e ha dovuto superare prove mai affrontate prima, come salutare compagni di viaggio e andare a ingaggiarne di nuovi. Cercare nuove competenze e in taluni casi fare a meno di esperienze sino ad allora cruciali. Un team che ha dovuto e dovrà reggere



le tensioni del rinnovamento continuo e davanti alla prova più difficile non sottrarsi ma progredire.

Il progresso per Lucca Crea è una destinazione che si sposta insieme al viaggiatore, e l'orizzonte è quello di tornare "nuovamente normali" senza rinunciare a niente di quanto fatto sino a oggi. Rimanere eccezionali senza venire meno ai nostri valori, rinnovando il patto con tutto il Paese così come con i membri, singoli, che compongono la nostra grande, composita e creativa comunità.

Il Direttore Generale

Emanuele Vietina









# 1. LA SOCIETÀ

### 1.1. RIPARTENZA POST-COVID

La fase iniziale dell'anno ha visto la società continuare a lavorare in un regime di smartworking finalizzato a mantenere una presenza fisica presso l'ufficio di solo il 50% dei dipendenti, misura attuata per il contenimento dell'emergenza epidemiologica Covid-19.

Le attività di ricerca e finalizzazione dei fondi ristoro iniziate nell'esercizio precedente sono proseguite ed hanno permesso il ricorso al credito tra cui la richiesta di un finanziamento presso l'Istituto di Credito Intesa San Paolo, e del nuovo strumento agevolato di "Patrimonializzazione a supporto del Sistema Fieristico" promosso da SACE Simest.

Nel mese di Gennaio è stata finalizzata la richiesta di finanziamento di 700.000€ presso l'Istituto di Credito Intesa San Paolo, con il Fondo di garanzia PMI Aiuto di stato SA. 56966 (2020/N).

Il 7 Maggio è stata deliberata la richiesta di finanziamento agevolato del fondo di "Patrimonializzazione a supporto del Sistema Fieristico" promosso da SACE Simest, con 500.000€ a tasso agevolato (ridotto al 10% del tasso di riferimento europeo), e 500.000€ a fondo perduto.

Nel mese di Gennaio è stato deliberato l'utilizzo della CIG per tutti i dipendenti da Marzo a Giugno con una percentuale mai superiore al 40%. Questa misura è stata attuata essendo state vietate le fiere di qualunque genere e gli altri analoghi eventi fino al 15 marzo 2021, e considerato che tutti i principali eventi fieristici originariamente previsti nel primo semestre sono stati rimandati, il carico di lavoro concernente la programmazione del calendario del Polo Fiere è stato estremamente ridotto. Tra le manifestazioni annullate ci sono anche Lucca Collezionando e Verdemura, organizzate direttamente da Lucca Crea.

Analogamente alle attività fieristiche sono stati sospesi gli eventi in collaborazione con Librerie Feltrinelli, non potendo realizzare eventi frontali nella libreria oggetto della collaborazione e non poten-



do usufruire della Sala Gaming ad essa connessa. Questa sospensione della programmazione avrà un riscontro sul Profit & Loss del progetto, che è potuto ripartire con attività presso la libreria solo dal mese di settembre.

L'epidemia Covid-19, che influenzerà tutto il 2021 e condizionerà il mercato delle fiere e dei grandi eventi dal vivo ed il loro indotto anche negli anni a venire, ha avuto come effetto l'annullamento delle fiere del primo trimestre dell'anno a livello nazionale. Il secondo effetto è derivato dai protocolli di sicurezza che sono stati imposti a tutti gli organizzatori di eventi. Tali protocolli hanno contemporaneamente creato dei costi aggiuntivi per i gestori delle location fieristiche, sia ridotta la capacità delle fiere stesse, riducendone quindi i ricavi diretti ed indiretti.

## RICERCA E SVILUPPO



La società, agendo in un mercato in profonda crisi, ha dovuto modificare la propria produzione principale, continuando l'investimento del 2020 nello sviluppo di nuovi asset che completassero la realizzazione del principale festival, estendendolo quindi sia nel tempo che nella dislocazione fisica: sono stati implementati i due progetti Campfire e Feltri-

nelli Comics & Games. La prosecuzione nel 2020 delle attività ha permesso alla società di mantenere la propria posizione di principale azienda riferimento per le attività culturali legate al mondi del fumetto e del gioco.

Tale posizione ha permesso, in un anno in cui le normali attività fieristiche erano subottimali, di proporsi come curatori di progetti di promozione sociale e culturale per enti ed istituzioni: il principale progetto realizzato nel 2021 è stato per la Presidenza del Consiglio dei Ministri, nello specifico la Struttura di Missione per gli anniversari di interesse nazionale, mentre a fine anno è stato approvato il progetto di sensibilizzazione alla dipendenza da gioco d'azzardo patologico per la ASL Toscana Nord Ovest.



#### 1.2. PROGETTI

Nel periodo segnato dal Covid, le progettualità extra-festival, solitamente minoritarie, hanno assunto un ruolo di primo piano nel garantire la continuità operativa di Lucca Crea. Il 2021 non ha fatto eccezione, con una quantità di progetti avviati e in corso che non ha precedenti nella storia della Società.

#### IN-HABIT

Il progetto In-Habit, finanziato dall' Unione Europea nell' ambito del programma Horizon 2020, scontati i ritardi dovuti alla pandemia di Covid-19, è entrato nel 2021 in fase pienamente operativa. Oltre a partecipare a tutte le attività del partenariato, Lucca Crea si è dedicata a sviluppare quel nucleo di gamification che è così centrale nel progetto, inteso come nuovo paradigma di interazione con i cittadini, qualunque siano i contenuti da disseminare.

Il progetto prevede a Lucca di focalizzare l'interazione uomo - animale nell'ambito di un nuovo modello di cittadinanza, e in questo quadro Lucca Crea ha sviluppato il prototipo, su design del noto autore ludico Andrea Angiolino, di un gioco dedicato alla convivenza con il compagno dell'uomo per antonomasia: il cane.

### CO-MIX

CO-GENERARE MIXITÉ INCLUSIVE NELLA CITTÀ





INNOVACIONE



Nel 2021 la prima parte di Co-Mix, progetto nazionale con capofila il Comune di Lucca, è giunta a conclusione.

Il progetto prevedeva la realizzazione dello studio di fattibilità di una soluzione di co-housing da implementare in due quartieri di Lucca, da realizzare fisicamente in una seconda fase. Lucca Crea ha svolto puntualmente il suo ruolo nel partenariato, incentrato principalmente su attività di comunicazione e disseminazione.



### COLLABORAZIONE CON MAECI: ARTLINK FARNESINA



Accanto alla consueta solidità organizzativa e riconoscibilità all'interno del panorama ludico italiano, il Gioco Inedito, realizzato come di consueto in partnership con l'editore DV Giochi, ha segnato nel 2021 un inedito gradiente di rilevanza. Il concorso è stato infatti sponsorizzato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale con la finalità di promuovere un vero e proprio gioiello fra i beni culturali italiani come la ce-

lebre "Collezione Farnesina", la galleria d'arte contemporanea di proprietà appunto del Ministero che, ospitata presso gli spazi ad essa dedicati nel Palazzo della Farnesina a Roma, annovera capolavori assoluti di numerosi maestri del Novecento italiano come Campigli, De Chirico, Beecroft, Accardi e molti altri. Il progetto ha inoltre visto la partecipazione diretta del gruppo curatoriale della Collezione stessa, diretto dalla Dott.ssa Redenta Maffettone. I circa 50 partecipanti al concorso di quest'anno hanno potuto presentare progetti ludici che avessero al centro il tema "Arte Contemporanea", con la possibilità di utilizzare e lasciarsi ispirare dalle riproduzioni digitali delle opere della Collezione disponibili sul sito della stessa. La Giuria, che ha potuto vantare quest'anno una Presidenza d'eccellenza nelle vesti del Direttore del Museo Egizio di Torino Christian Greco, ha eletto come miglior progetto "Artlink!" di Luca Rosa. Il gioco, pubblicato come di consueto durante Lucca Comics & Games, ha riscosso un ottimo successo. Da segnalare infine la realizzazione di due contenuti digitali con ospiti d'eccellenza realizzati ad hoc: il primo, registrato in primavera presso gli spazi Feltrinelli Comics & Games presso lo store di Piazza Piemonte (Milano), ha visto un'affascinante scambio di idee e prospettive fra il game designer Hjalmar Hach e l'artista Paolo Cavinato, moderato da Lorenzo Fantoni e premesso da una presentazione della Collezione Farnesina da parte della Dott.ssa Angela Tecce, membro del Consiglio Scientifico; un secondo contenuto è stato invece registrato durante Lucca Comics & Games e ha visto il creatore Luca Rosa giocare al proprio titolo in compagnia di Francesco Di Lella (Ufficio Cultura MAECI), Giorgia Basili (giornalista Art Tribune), Anna Villari (curatrice e muscolosa) e Tiziano Antognozzi per Lucca Crea.



### EXPO COMICS MUSEUM



Il 2021 è stato l'anno cardine per la progettazione del nuovo Museo del Fumetto, col supporto di professionalità riconosciute come la museologa Anna Villari, l'architetto Luca Milan di Studio Next, lo studio Rivola sui temi di governance e Bios Management a curare il business plan. Ormai completo, il progetto verrà presentato nel 2022, in data da definirsi.

#### FELTRINELLI COMICS & GAMES



Si salda la collaborazione tra Lucca Comics & Games e Librerie Feltrinelli attraverso il progetto Comics & Games che, partendo nella nuovissima sede Feltrinelli di Piazza Piemonte a Milano ed estendendosi poi ad una serie di spazi Comics & Games nelle città di Palermo, Torino, Genova e Roma, realizza il primo esperimento in Italia di fusione fra le attività di un large scale retail e quelle di un festi-

val culturale; lo sforzo congiunto di due eccellenze italiane per l'accreditamento culturale dei nuovi passatempi umanistici e delle nuove mitologie contemporanee. Uno spazio di elaborazione d'avanguardia per il mondo della Pop Culture e della cultura profonda. Il progetto, partendo da Milano, include uno spazio phygital in negozio di 250 mq inclusivo di un palco, un'area lounge e una sala per postazioni multimediali ad elevatissime prestazioni tecnologiche dedicata allo streaming live, ad eventi dedicati al gaming nonché alla formazione e alla competizioni esport.

Tra gli asset del progetto, torna attivo il canale Twitch di Lucca Comics & Games, co-brandizzato con Librerie Feltrinelli attraverso una programmazione condivisa con alcuni host d'eccezione: la streamer Kafkanya, Daniele Daccò e la redazione di Nientedadire, Andrea Rock e tanti nuovi/e creator



emergenti che racconteranno il mondo di Lucca Comics & Games e di Feltrinelli attraverso interviste a importanti ospiti e stakeholder di settore. Saranno proprio i contenuti digitali a fare da ponte verso il festival digital della manifestazione che sarà sempre in live streaming da Lucca sul canale Twitch. Con questo nuovo asset c'è quindi la volontà di moltiplicare le occasioni in cui respirare e vivere l'atmosfera di Lucca Comics & Games, con l'intenzione di farsi sempre più capillare e inclusiva, oltre che vettore di sviluppo e opportunità per le industrie culturali di riferimento e rivolgendo particolare attenzione alla generazione Z e millennials.

## LE GALLERIE DEGLI UFFIZI



La copertina del volume che raccoglie i 52 autoritratti di grandissimi autori del fumetto, in collaborazione con Coconino

Le premesse sono state gettate nel 2020, quando Eike Schmidt, direttore delle Gallerie degli Uffizi, ha partecipato a Lucca ChanGes, l'edizione segnata dalla pandemia di Lucca Comics & Games.

Il Ministero della Cultura, le Gallerie degli Uffizi e Lucca Comics & Games si sono alleate in nome del fumetto, attraverso la realizzazione di un protocollo di Intesa senza precedenti, per favorire lo sviluppo e la promozione del fumetto in Italia e all'estero. L'intesa prevede la partecipazione degli Uffizi e del Ministero della Cultura alla designazione del Maestro del Fumetto di Lucca Comics & Games nel contesto dei Lucca Comics Awards e l'ingresso, ogni

anno, dell'autoritratto del vincitore nella collezione degli autoritratti del museo fiorentino. Nell'ambito dell'accordo, biennale e rinnovabile, potranno essere intraprese iniziative condivise di svariate tipologie: oltre alle esposizioni anche eventi, produzioni culturali, partnership creative, didattiche, di natura scientifica e molto altro ancora.

Quest'anno, 52 autoritratti di alcuni tra i più brillanti fumettisti della scena italiana sono entrati per la prima volta nella collezione delle Gallerie degli Uffizi.





Da sinistra: Eike Schmidt, Direttore delle Gallerie Degli Uffizi con i due Curatori Chiara Palmieri e Mattia Morandi, Ufficio stampa e comunicazione del Ministero della Cultura

Le opere sono state presentate a Lucca Comics & Games 2021 novembre nell'ambito della mostra "Fumetti nei musei. Gli autoritratti degli Uffizi" a cura di Mattia Morandi e Chiara Palmieri, e dedicata a Tuono Pettinato, fumettista recentemente scomparso.

### SLOW LIFE SLOW GAMES



Inserito nel Piano Nazionale contro le azzardopatie, il progetto, finanziato per quasi un milione di euro dalla Regione Toscana tramite la Asl Toscana Nord Ovest, ha visto i nastri di partenza nel 2021. Il progetto arriverà a pieno sviluppo nel 2022 e si svilupperà su quattro direttrici principali: attività ludico-didattica nelle scuole di ogni ordine e grado, spettacolo comico che sensibilizzerà i lavoratori di alcune fra le principali aziende del territorio, campagna di comunicazione online; attività per il pubblico casual realizzate in partnership con Slow Food.



### PROGETTI SCOLASTICI



Zefiro Agenzia Formativa. Zefiro è un'agenzia accreditata per la progettazione ed erogazione di attività formative finanziate dal Fondo Sociale Europeo (FSE), attiva dal 2008 con esperienza nel settore della formazione professionale, della scuola, dei servizi informativi, educativi e psicologici. I corsi di formazione che coinvolgono Lucca Crea a

partire dal 2020 sono incentrati su Graphic Design per l'animazione e gli eventi, senza dimenticare le basi di Project Management e presentazione progettuale al cliente; il corso denominato "Graphic and Games" è pensato per le ragazze e i ragazzi che hanno interrotto il percorso delle scuole superiori, con l'intento di introdurli nel mondo del lavoro o, secondo volontà, ad un percorso conclusivo delle scuole superiori. Nel corso del 2021 quattro studenti di Graphic and Games hanno preso parte a stage formativi all'interno dell'azienda, in particolare a supporto dei lavori per Lucca Comics & Games 2021. Nell'anno 2020 si è tenuto anche il corso di Graphic Design breve "Pantone" dedicato agli over trenta interessati a sviluppare le proprie competenze con i principali programmi della Suite Adobe CC quali Illustrator, InDesign e Photoshop.

**L'ora di lezione non basta.** Il progetto si è svolto operativamente nel 2021, con ludo educatori qualificati che hanno portato il gioco nelle scuole elementari come strumento didattico.





Gli stili di vita in gioco. Il 2021 ha visto la partenza del progetto "Gli stili di vita in gioco". Finanziato da I CARE, azienda di servizi del Comune di Viareggio, il progetto ha lo scopo di promuovere, tramite il gioco, stili di vita sani e consapevoli. Insieme al partner di progetto Red Glove, si è proceduto a una "call for ideas" per game designer, che

ha prodotto circa cinquanta proposte. L'alta qualità delle idee sottoposte ha indotto a sviluppare non uno, ma ben quattro giochi, rispettivamente dedicati all' alimentazione (il giocatore deve comporre



dei menù bilanciati), ai pericoli della viralità social, alla "carbon footprint" e alla sua influenza sul riscaldamento globale, alle emozioni come mediatrici dei rapporti umani. Terminata la fase di sviluppo, i quattro giochi saranno utilizzati, a partire dal 2022, per attività ludico-didattiche nelle scuole elementari di Viareggio.



retto utilizzo delle risorse idriche. A causa delle perduranti difficoltà dovute alla pandemia di Covid-19, un grande sforzo è stato compiuto per portare il gioco direttamente nelle famiglie, tramite la distribuzione di apposite bag.

Blutube. Ultimo anno di servizio per Blutube, il

gioco, realizzato per conto di Geal, dedicato al cor-

LaBag2021

#### GAME SCIENCE CENTER



Nell'anno appena chiuso il Game Science Research Center ha rafforzato la propria identità quale punto di riferimento italiano per quanto riguarda il connubio fra giochi e scienza. L'obiettivo è stato raggiunto consolidando la creazione di attività digitali e, visto il progressivo ritorno alle attività in presenza, tornando ad essere presente presso le

due maggiori manifestazioni dedicate al gioco in Italia. Ci riferiamo a Play Modena, per la quale il GSRC ha allestito e gestito una grande area demo dedicata, e Lucca Comics & Games, durante la quale ad un'area ancora più vasta è stato affiancato uno spazio incontri esclusivo, connesso per altro in streaming ai canali digitali del Centro.

Se quindi l'interazione fisica ha permesso di sostanziare la conoscenza del Centro da parte degli ormai numerosi ricercatori e professionisti affiliati in tutta Italia (i Membri Ordinari sono ormai oltre cen-



to), c'è stata anche l'occasione per assortire l'offerta disponibile sul canale You Tube del Centro, dove specialisti di varia natura possono ormai fruire più di 50 contenuti specialistici di qualità importante.

Proprio sul versante digitale, il Centro ha continuato ad investire energie sulla scia di quanto fatto per supplire alle menomazioni imposte dalla pandemia. Oltre ai contenuti succitati, a varie presentazioni di novità editoriali, seminari formativi e convegni online, vale la pena citare la partnership con Asmodée Game in Lab per la partecipazione alla propria Conferenza Internazionale, che coinvolge 9 paesi in tutto il mondo e della cui iterazione italiana - nel 2021, la più seguita in assoluto del programma - è partner di produzione e contenuto proprio il Game Science Research Center.



Segnaliamo infine che ad aprile 2021 il Game Science Research Center ha finalizzato con successo, per la prima volta nella sua giovane storia, l'application per un progetto di funding europeo Horizon 2020 attraverso un consorzio internazionale che include 9 paesi europei e di cui il GSRC è stato capofila.

I risultati verranno comunicati verso la fine del 2022. Alla chiusura del primo triennio della propria esistenza, il Game Science Research Center si trova ad affrontare con giustificato ottimismo sfide sempre più importanti nel momento in cui i giochi e il giocare non sono mai stati così centrali nel dibattito culturale italiano e internazionale. Il network di partner accademici e produttivi si fa costantemente più folto, mentre il coinvolgimento sempre più importante di Lucca Crea, che assieme al dipartimento AXES di IMT ne ha voluto e propiziato la nascita, conferma la bontà dell'iniziativa e ne propizia le numerose possibilità di sviluppo, di rilevante importanza non solo per le attività di Lucca Comics & Games, ma in generale per la tenuta e lo sviluppo delle industrie culturali ludiche in Italia.



# 1.3. COMUNICARE LUCCA CREA



L'immagine di presentazione del progetto "Fumetti nei Musei" in collaborazione con il Ministero della Cultura e le Gallerie degli Uffizi

L'attività di comunicazione ha mirato a rafforzare la conoscenza e la consapevolezza di una struttura organizzativa capace di mettersi al servizio del territorio, divenuta reale punto di riferimento e attore principale dell'attività culturale, lucchese e non solo.

Per questo si è dato particolare risalto, nel corso dell'anno, alle tante iniziative realizzate da Lucca

Crea anche al di fuori del contesto locale: dalla nascita di Feltrinelli Comics & Games (progetto a livello nazionale e internazionale unico nel suo genere) in collaborazione con LaFeltrinelli, che propone un calendario di presentazioni ed eventi a tema in libreria; fino alla prestigiosa partnership con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, attuata su più iniziative; per arrivare all'importante collaborazione con le Gallerie degli Uffizi, con la quale Lucca Crea ha portato l'arte del fumetto fin dentro uno dei musei più conosciuti al mondo.

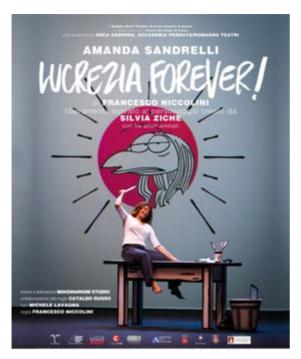


Un incontro nello spazio Feltrinelli Comics & Games di piazza Piemonte a Milano

Grandi progetti che hanno contribuito a promuovere il nome di Lucca a livello nazionale e internazionale.

Di pari passo, numerose le collaborazione con gli enti locali, con le quali si sono condotte attività culturali e di formazione rivolte anche alle scuole.





La locandina del tour di Lucrezia Forever!

Diverse le strategie, messe in atto insieme dallo staff della comunicazione, pianificate nel corso dell'anno, che da una parte hanno teso a promuovere un calendario degli eventi estremamente mutevole, dall'altra hanno mostrato come la società sia al servizio della città e del territorio anche nella produzione di contenuti culturali. In questo contesto si ricorda il successo del Graphic Novel Theater, parte del nuovo percorso di Lucca Comics & Games relativo alla produzione di opere teatrali nuove tratte da fumetti, come Lucrezia Forever! realizzata in collaborazione con il Teatro del Giglio di Lucca, che ha avuto un ottimo riscontro di critica e di pubblico.









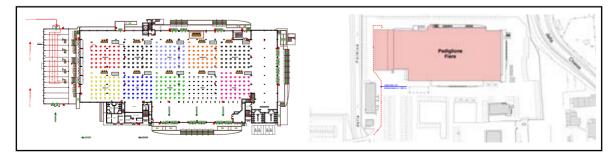


# 2. IL POLO FIERE

Tra i settori più colpiti dalla pandemia rimane anche per il 2021 quello delle fiere e dei congressi. Dopo solo due mesi di riapertura, tra Settembre e Ottobre 2020, i quartieri fieristici hanno nuovamente chiuso i cancelli e solamente con il Decreto-legge 22 aprile 2021 n. 52 lo Stato italiano ha consentito lo svolgimento in presenza delle fiere nel rispetto dei protocolli e delle linee guida già in essere a partire dal 15 giugno 2021. Questa situazione ha inevitabilmente portato a un cambio di calendari per le fiere in programma al Polo nel primo semestre 2021, con un riposizionamento e, in alcuni casi, anche con una cancellazione degli eventi già contrattualizzati.

Uno stop forzoso. Le prospettive poco incoraggianti hanno poi di fatto bloccato anche i progetti e le iniziative di organizzatori terzi che avevano deciso di investire su Lucca e sul Polo Fiere. L'incertezza su un probabile prolungamento della stretta emergenziale e di conseguenza sugli scenari futuri, infatti, ha reso estremamente complesso pianificare e coinvolgere gli espositori su eventi alla loro prima edizione. Le fiere richiedono tempi lunghi di preparazione e grandi investimenti sia per chi le realizza che per gli espositori e le società che contribuiscono alla loro realizzazione. Le stime iniziali prevedevano che l'attività fieristica sarebbe stata limitata fino all'autunno 2020 e che le fiere potessero ripartire in tempi più brevi, ma queste previsioni si sono rivelate troppo ottimistiche.

Il protocollo di regolamentazione per il contenimento della diffusione del Covid-19. Il Polo Fiere si è dotato di un protocollo di regolamentazione per il contenimento della diffusione del Covid-19, recependo e adattando il protocollo di AEFI - Associazione Enti Fieristici Italiani, frutto del lavoro congiunto delle Commissioni Tecnica e Giuridica dell'Associazione stessa.



Concorso Università di Pisa, planimetria per disposizione sedute a 1,80 metri e ingresso contingentato



Il protocollo prevede provvedimenti di natura igienico-sanitaria e comportamentale e contiene misure che seguono la logica della precauzione e attuano le prescrizioni del legislatore e le indicazioni dell'Autorità sanitaria: dal distanziamento sociale all'informazione e al corretto utilizzo dei DPI, dalle procedure di controllo sanitario, agli ingressi, alla corretta pulizia e sanificazione della struttura prima, durante e dopo ogni evento fino al piano di emergenza sanitaria Covid-19 che prevede la predisposizione di adeguati locali e il presidio medico presente.

Tutto il sistema di aerazione degli oltre 7.000 metri quadrati è stato revisionato e modificato, garantendo l'adeguamento alla normativa vigente in periodo Covid.

Infine dal 23 luglio l'accesso al quartiere è stato consentito solo con Green Pass.



Disposizione dei banchi al concorso di UNIPI

La ripartenza. Nonostante il permanente stato di incertezza abbia imposto molta cautela, lo staff ha saputo stare al passo con tempestività tra aperture e restrizioni, reagendo al meglio per cercare di tutelare la salute e il business. L'adeguamento della struttura e l'elaborazione di un protocollo hanno permesso la ripresa avvenuta a luglio con una collaborazione molto prestigiosa con l'Università di

Pisa, che ha affidato ancora una volta al team del Polo Fiere la progettazione, la gestione e la fornitura di allestimenti e servizi per il concorso nazionale di ammissione dei medici alle scuole di specializzazione di area sanitaria per l'a.a. 2021-2022.



Il concorso dell'Università di Pisa

L'intero quartiere fieristico e le attività che si sono svolte al suo interno, infatti, sono stati riprogettati alla luce delle misure di sicurezza più aggiornate, garantendo il rispetto di tutte le normative sanitarie agli oltre 600 candidati presenti.



### 2.1. LE ATTIVITÀ



Una slide del documento per il meeting AEFI di maggio 2021

Lucca Crea, in qualità di socio di AEFI, ha aderito al progetto del **Dipartimento della Funzione Pubblica** con l'intento di formalizzare un accordo di collaborazione per il decentramento delle sedi di svolgimento delle prove preselettive e selettive dei concorsi pubblici, in applicazione di quanto disposto dal D.L. 34/20 "Decreto Rilancio". Il Polo Fiere rientra nel novero degli spazi più adatti per la rea-

lizzazione dei concorsi pubblici da svolgersi all'interno delle sedi fieristiche, garantendo servizi di gestione e forniture tecnico-informatiche.

Lucca Crea ha dato la propria disponibilità alla Regione Toscana per un utilizzo sanitario del Polo Fiere in occasione dell'avvio in Toscana della fase 2 della campagna vaccinale anti Covid-19 per i soggetti di fascia di età compresa tra i 18 e i 55 anni e successivamente innalzata sino ai 79 anni. Il polo fiere infatti permetteva il rispetto dei rigidi parametri in termini di spazio a disposizione, di percorsi ben definiti, di ingressi ben separati dalle uscite, garantendo il tutto per 1000 persone al giorno, oltre a tutti gli operatori.

Nel corso dell'anno è stata presa in esame la realizzazione dell'**hub vaccinale** al Polo Fiere per il territorio della Zona Distretto Piana di Lucca, non si sono poi concretizzate le intenzioni e la campagna vaccinale si è svolta presso il complesso dell'ex ospedale Campo di Marte.. L'Azienda USL Toscana Nord Ovest ha comunque effettuato diversi sopralluoghi e sono stati elaborati più progetti dagli uffici tecnici dei rispettivi due enti.

Impatto economico. Da settembre l'attività si è rafforzata e con la ripartenza delle manifestazioni al Polo si è generata una conseguente ricaduta economica sul territorio grazie ai flussi di spesa per l'acquisto di beni, servizi e forniture per la realizzazione della manifestazione da una parte e le spese sostenute dai partecipanti e dagli espositori dall'altra, oltre all'occupazione delle attività ricettive, data dall'ampio flusso di pubblico proveniente da fuori regione.



## 2.2. JAPAN TOWN AL POLO FIERE



Nell'ambito di Lucca Comics & Games 2021, fra le assolute novità progettuali, la collocazione al Polo Fiere dell'Area Japan ha visto facilitate tutte le operazioni di allestimento e disallestimento, nonché la realizzazione dell'impiantistica varia. Ottima la vivibilità interna, nessun senso di oppressione o di sovraffollamento. Gli spazi di respiro come la piazza centrale e il giardino zen con al centro il

grande Budda, elemento scenico realizzato dal Festival Puccini di Torre del Lago per Madama Butter-fly e con il contributo di **Lucca Promos**, sono stati dei punti evocativi, di sfogo e di ritrovo per il pubblico. Buona la fruibilità da parte del pubblico delle sale al primo piano.

Non sono mancate le numerose attività promosse dai gruppi e dalle associazioni che da sempre fanno parte della nostra community, come arti marziali, model contest, mostre di figure vintage, ninja shot. E naturalmente, largo anche ai piaceri della gola: per i visitatori un punto ristoro con truck food all'esterno del Polo e uno tematizzato giapponese nelle aree interne.



# 2.3. IL CALENDARIO DEGLI EVENTI

DATA	EVENTO	ESITO
23 - 24 gennaio	Esposizione Internazionale Felina - I gatti più belli	ANNULLATA
	del mondo - Anfi Toscana	
27 - 28 febbraio	Lucca Collezionando - Fumetti, soldatini, mostre, in-	ANNULLATA
	contri e laboratori - Lucca Crea	
4 marzo	Prova selettiva del Comune di Lucca	CONFERMATA
26 - 27 - 28 marzo	Salone dell'Edilizia e della Casa - Progettare. Ri-	ANNULLATA
	strutturare. Arredare - Exposervice	
9 - 10 - 11 aprile	Lucca Tattoo Expo - Tattoo, spettacoli e food - Pro-	RINVIATA 24 -25
	molucca Eventi	-26 settembre
20 luglio	Concorsi Università di Pisa - Università di Pisa	CONFERMATA
24 -25 -26 settembre	Lucca Tattoo Expo - Tattoo, spettacoli e food - Pro-	CONFERMATA
	molucca Eventi	
13-14-15 ottobre	<b>Miac</b> - Mostra Internazionale dell'Industria Cartaria	CONFERMATA
	- Edipap	
29-30-31 ottobre/1 no-	Lucca Comics & Games - Area Japan - Lucca Crea	CONFERMATA
vembre		
9-11 novembre	Concorsi Università di Pisa - Università di Pisa	CONFERMATA
4 dicembre	Festa della Luce - Grande Oriente - Sezione Toscana	CONFERMATA

# 2.4. MIGLIORIE E ADEGUAMENTI

Durante il corso del 2021 gli interventi sulla struttura sono stati ridotti a quelli essenziali e non procrastinabili, vista la situazione di incertezza dovuta alla diffusione del Covid-19.



#### MANUTENZIONE ORDINARIA

Le manutenzioni periodiche, sia impiantistiche che strutturali, sono state eseguite come da programma condiviso con l'RSPP aziendale, nei tempi e nei modi consueti, facendo sì che anche durante il periodo di chiusura forzata la struttura sia comunque rimasta efficiente e pronta ad accogliere gli eventi che la situazione pandemica ha permesso. A solo titolo di esempio, a Marzo, è stato possibile ospitare una prova selettiva dell'Amministrazione comunale di Lucca.

### MANUTENZIONE STRAORDINARIA E MIGLIORIE



Sono inoltre predisposti interventi migliorativi e manutentivi straordinari, necessari per il buon mantenimento ed efficientamento della struttura:

- ripristino guaina copertura struttura, in quanto deteriorata in alcune zone;
- ripristino intonaci interni deteriorati;
- ripristino intonaci deteriorati area palazzina uffici;
- ripristino vetrature danneggiate;
- manutenzione specifica del verde interno al quartiere, con specifica attenzione alle alberature ad alto fusto e verifica agronomica per la sicurezza degli stessi, con abbattimento di n.1 albero ritenuto non più sicuro e potatura degli altri.

È stato completato lo studio di realizzazione di una più adeguata cartellonistica stradale, integrando il progetto in discussione con dati tecnici specifici richiesti dagli uffici competenti dell'Amministrazione comunale. Si è poi proceduto all'acquisto di nuove colonnine portadispenser per il comodo utilizzo di gel disinfettanti così come previsto dalle normative in materia di prevenzione della diffusione del Covid-19. Si è avviato un nuovo percorso per il rinnovo di alcuni ambienti, prima fra tutti la Sala al piano primo, dove è intenzione realizzare una funzionale sala convegni e congressuale.



#### 2.5. COMUNICARE IL POLO FIERE



Di fronte al blocco quasi totale delle attività fieristiche che ha interessato il settore a livello nazionale e internazionale, causato dalla pandemia da Covid-19, e di fronte alla forte instabilità e fluidità dei pochi eventi che è stato possibile realizzare, la comunicazione ha dovuto rispondere in modo elastico e immediato ai continui mutamenti, adattandosi con grande tempestività alle diverse esigenze emerse di volta in volta.

Centrale nell'attività è stata la repentina comunicazione su tutti i canali (stampa, media, social, etc..) dei costanti mutamenti del calendario delle diverse attività: eventi al Polo Fiere, sia organizzati da Lucca Crea (come Lucca Collezionando), che da altri (come Tattoo Lucca Expo e Miac).

Nondimeno, si è colta l'opportunità per informare gli stekholders (sia già clienti, che nuovi e potenziali), della piena corrispondenza della struttura del Polo Fiere alle diverse normative nazionali di sicurezza, attuate per la realizzazione di piccoli e grandi eventi, sia fieristici che concorsuali, quando le condizioni pandemiche ne hanno reso possibile lo svolgimento. Si è quindi operato mettendo in luce le potenzialità e la versatilità della struttura organizzativa, allo scopo di attrarre l'attenzione di potenziali partner di livello regionale e nazionale, in vista anche di un prospettato ritorno alla normalità e di una futura piena ripresa delle attività.

Anche in quest'ottica, si è dato particolare risalto sulla stampa e sui media, alla novità, realizzata nel corso del Festival Lucca Comics & Games, che ha visto dislocare proprio al Polo Fiere l'area Japan, una delle principali anime del festival, che ha permesso ad un più ampio pubblico di conoscere la struttura fieristica lucchese.









# 3. LE MANIFESTAZIONI DI LUCCA CREA

Il 2021 di Lucca Crea, società organizzatrice di eventi, è stato inevitabilmente segnato dalla pandemia di Covid-19. Per limitare il discorso al solo aspetto normativo, l'anno è iniziato vigente il Dpcm 24/10/2020, (che già aveva bloccato le attività dal vivo a Lucca Changes 2020, pochi giorni prima dell'inizio della manifestazione), secondo il quale, Art. 1 comma 3 lettera n, "sono vietate le sagre, le fiere di qualunque genere e gli altri analoghi eventi". La situazione è rimasta invariata fino al Decreto-Legge 22 aprile 2021 n.52, che consentiva la riapertura delle fiere, in zona gialla, a partire dal 15 Giugno. Annullate Verdemura, Lucca Collezionando e Il Castello Rivive, l'attività organizzatrice di Lucca Crea è ricominciata con Murabilia, tenutasi dal 3 al 5 Settembre 2021, graziata da ottimo successo e capace di intercettare una grande voglia di ripartenza. In seguito, come ampiamente riportato più oltre, anche Lucca Comics & Games è ripartita, in una versione indubbiamente Light (di nome e di fatto) ma capace di prefigurare una nuova, prossima normalità.

#### 3.1. MURABILIA



## Mostra mercato del giardinaggio di qualità.

Dopo un anno e mezzo di interruzione le manifestazioni lucchesi del verde sono ripartite con la ventesima edizione di *Murabilia, mostra mercato del giardinaggio di qualità* che si è tenuta, come di consueto, sui baluardi San Regolo e La Libertà della Mura di Lucca e nell'Orto botanico dal 3 al 5 Settembre.

La manifestazione ha inaugurato la ripresa delle grandi fiere di giardinaggio italiane sperimentando, dopo un lungo lavoro di preparazione, un circuito interamente adattato alle normative di sicurezza richieste con la redazione di un Protocollo di regolamentazione per il contenimento della diffusione del Covid-19 che ha permesso di ospitare oltre 170 espositori e il vasto pubblico da sempre presente.



Murabilia si è distinta per un programma culturale molto ricco e variegato, con la presenza di esperti del settore nazionali e internazionali, caratterizzato da sette mostre tematiche, nove visite guidate, venticinque incontri, presentazioni di volumi e conferenze. La manifestazione ha ottenuto il patrocinio della FAO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura), nell'Anno Internazionale della frutta e della verdura, con il tema "Biodiversità nell'orto e nel frutteto", esplorato spaziando dall'orto al giardino, dal balcone al frutteto, con particolare attenzione a tutte quelle piante proposte dal miglior vivaismo italiano, con valenza alimentare e medicamentosa.



Fra gli appuntamenti più interessanti: "Botalia – L'albero degli alberi" installazione collettiva di pittura botanica; il dibattito sul valore estetico delle piante alimentari utilizzate in normali giardini con l'installazione "Il bello è nell'Orto", un orto de-

corativo realizzato da Mario Mariani e Matteo Boccardo sul baluardo San Regolo; la mostra didattica sui 200 anni dell'Orto botanico.

Novità di quest'anno sono state le green night, una serie di incontri on-line di avvicinamento alla manifestazione sulla piattaforma gratuita Zoom. La manifestazione è stata infatti preceduta nei giovedì di luglio agosto dalla serie di incontri "Orizzonte Murabilia", sette webinar con altrettanti protagonisti del vivaismo e del giardinaggio italiano che hanno riscosso un notevole successo di pubblico.

## 3.2. FOCUS SU LUCCA COLLEZIONANDO



Durante il 2020, nonostante la situazione di lockdown prolungato, lo staff ha lavorato all'edizione 2021, prevista nelle date 27 e 28 Febbraio. L'evento viene annunciato, tramite comunicati stampa, mantenuto il manifesto, calendarizzati gli incontri, studiati i contenuti e confermati gli ospiti più importanti. Tuttavia con le misure introdotte



dal DPCM del 3 Dicembre 2020, le regioni italiane vengono raggruppate in tre tipi di scenari epidemiologici diversi, con l'adozione di misure più o meno restrittive che vanno a limitare gli spostamenti fra Regioni fin dal periodo natalizio (21 Dicembre - 6 Gennaio) e verranno prolungate fino a fine Aprile. In questa situazione, prevedendo lo scenario primaverile, in data 23 Dicembre viene deciso di spostare la manifestazione nel 2022, nelle date 5 e 6 Marzo, così come comunicato nella conferenza stampa del 1 Novembre durante Lucca Comics & Games.

#### 3.3. FOCUS SU VERDEMURA



Mostra mercato del giardinaggio e del vivere all'aria aperta. La situazione pandemica del 2021 ha purtroppo causato, per il secondo anno consecutivo, la cancellazione di Verdemura, mettendo in crisi tutto il settore del verde.

La manifestazione era infatti prevista nei giorni 3-5 Aprile 2021, ma le fiere sono ripartite con il De-

creto Legge n 52 del 22 Aprile 2021 solo dal 15 Giugno.

Lo staff del gardening di Lucca Crea non ha mai smesso di lavorare nei mesi di sospensione delle attività fieristiche per pensare e realizzare i nuovi appuntamenti valutandone sia la logistica che il programma culturale. Già a fine 2020 è stata valutata con diverse ipotesi progettuali la possibilità di svolgere in sicurezza le manifestazioni all'aperto con diverse localizzazioni. Un impegno dello staff giustificato dalla necessità di essere comunque pronti a una possibile ripartenza, cercando di dare un'occasione di lavoro a tanti rappresentanti della filiera vivaistica gravemente danneggiata dalle chiusure forzate e accogliendo anche il desiderio del pubblico desideroso di tornare alla normalità. Le successive ondate della pandemia e le necessarie norme per la salvaguardia della salute pubblica hanno tuttavia imposto uno stop forzato.









# 4. LUCCA COMICS & GAMES 2021

Lucca Comics & Games 2021 ha segnato la ripartenza del festival dal vivo, in versione ridotta nelle dimensioni e nei numeri ma già sufficiente a prefigurare l'auspicabile ritorno a una nuova normalità.



La piazza antistante il Real Collegio

La superficie limitata e i numeri contingentati hanno contribuito, paradossalmente ma non troppo, a un festival godibile e fruibile come raramente è accaduto in tempi recenti, portando a un gradimento da parte del pubblico e degli operatori che non ha molti precedenti. Per chi l'ha vissuta, un'edizione memorabile.



#### 4.1. LA PROGRAMMAZIONE



Roberto Saviano e la Direttrice de La Nazione Agnese Pini al Teatro del Giglio

Il claim è la linea guida del 55esimo anno di Lucca Comics & Games, di nuovo in presenza dopo l'esperienza di Lucca ChanGes. La stella polare che ha guidato il Festival è infatti il ritorno al rapporto con il pubblico, una community capace di regalare all'evento l'unicità che lo contraddistingue a livello mondiale. Il Claim 2021, "a riveder le stelle", richiama infatti il verso immortale della Comedìa di Dante Alighieri (dal XXXIV Canto dell'Inferno) e

propone un festival nuovo che diventa il luogo della transizione, anche verso il digitale e i temi ambientali, nel segno del ritorno di una generazione ai festival culturali, tramite un nuovo modello di conoscenza, confronto e apprendimento sociale.

Un community event che non produce solo cultura, ma in cui le coscienze si incontrano, condividono e si auto-educano appropriandosi di uno spazio unico e monumentale, lasciandosi ispirare dalle storie più amate, dalle intuizioni dei loro autori e modificando il proprio ambiente circostante.



La parola Light, nel poster di Paolo Barbieri, si trova al termine della strada sospesa ed è incastonata fra le storiche torri della città. Appare con la luce dell'alba a simboleggiare un nuovo inizio, per il Festival e i suoi partecipanti

La parola inglese Light è quindi la perfetta sintesi di questo nuovo modello: Lucca Comics & Games vuole dare il suo contributo nel passaggio da un momento oscuro alla luce, una strada verso la nuova normalità che include anche una manifestazione più "leggera" ed agile, sviluppato su quattro pilastri creati come reazione alla criticità pandemica: oltre al festival fisico, anche il programma digitale, il circuito Campfire e la partnership con RAI.



#### INTRODUZIONE AI SETTORI DEL FESTIVAL



Comics. Lucca Comics & Games si conferma il contesto adatto a specchiare e a stimolare il florido periodo che il settore editoriale del fumetto sta vivendo. Escluse le company che per policy in periodo pandemico hanno dovuto azzerare le partecipazioni a fiere ed eventi, Lucca ha visto presente l'intero parco editori che ha partecipato attivamente, ampliando la presenza non solo allo storico

Padiglione Napoleone, ma anche alla Piazza Bernardini e a Piazza San Michele, e con il grande ritorno al Palazzetto dello Sport e l'ampliamento al Polo Fiere dell'Area Japan.



Il manga è sempre uno dei principali protagonisti a Lucca Comics & Games

Ovviamente la presenza di autori stranieri è stata limitata, ma non sono mancati i grandi nomi internazionali. Forte ovviamente la presenza del Manga, attraverso due dei principali publisher italiani: Edizioni Star Comics, con il suo padiglione monografico, e Edizioni BD J-Pop, con gli show tematici. Le esigenze legate al distanziamento hanno spinto alla creazione di spazi dedicati ai firmacopie e a una revisione della struttura degli spazi professio-

nalizzanti per i giovani autori con attività di prenotazione, trasformando un potenziale problema in un servizio integrativo gradito da pubblico e operatori. Ottimi i risultati del ciclo Rock & Comics, che nella storica tradizione di Lucca C&G ha messo in dialogo i grandi protagonisti della musica italiana con le loro passioni pop. Anche le mostre hanno visto grandi percorsi internazionali, su tutti quello dedicato a Will Eisner, il padre della Graphic Novel.





Games. La sezione "Games" nell'edizione 2021 è andata incontro ad un vero e proprio stravolgimento, sia nella logistica che nella dislocazione delle attività; infatti, da un focus unico ed incredibilmente impattante come il Padiglione Carducci siamo passati ad un evento diffuso e collocato in numerose location in vari punti cittadini. Il pubblico ha risposto bene a tutte le sollecitazioni, decretando un

buon risultato di partecipanti a tutte le aree "Games": Cavallerizza e Padiglione San Donato (Espositori Gioco da Tavolo e Gioco di Ruolo), Real Collegio (Espositori Trading Card Game e Fantasy, Ludoteca e Area Demo, Bazar del Gioco Usato, Game Science Research Center, Rete Ludica Giocaruolando), Castello di Porta San Donato (Area Tornei, Angolo del Cinghiale), Casermetta San Paolino (Ruolimpiadi), Casermetta San Donato (Area Demo Editori), Sala Incontri "Ingellis" presso Hotel San Luca Palace, Chiesa dei Servi (Area Performance, Miniature Island), Padiglione San Martino (Editori Fantasy e Artisti).



Per la prima volta, l'area dedicata ai pittori di miniature ed alle loro opere - la Miniature Island - ha trovato spazio fianco a fianco all'Area Performance, dove gli artisti più quotati del panorama nazionale ed internazionale hanno messo in mostra le proprie abilità artistiche in un contesto monumentale di altissimo pregio.





Japan. L'area Japan ha conquistato lo spazio unico commerciale più grande del Festival, approdando al Polo Fiere con oltre 5000 mq. All'interno del Polo sono state realizzate aree tematiche che hanno accompagnato i visitatori in sicurezza ad assaporare l'esperienza del Sol Levante: un'area con installazioni floreali realizzate in collaborazione con Murabilia e mostre di action figure; un'area Perfor-

mance con artisti che hanno realizzato dal vivo le loro opere; una grande piazza adattata a evocativo giardino zen. Tra gli espositori, Anime Import, Cosmic Group e AOI Clothing. Un grande spazio incontri ha ospitato eventi, conferenze e workshop dedicati al Giappone fra tradizione e contemporaneità, esplorando anche le declinazioni più pop.



Junior. In assenza di un padiglione dedicato, Lucca Junior è tornata con attività e presenze sparse su tutto il centro storico. All'appuntamento non poteva mancare Rai Ragazzi, che è stata presente con una "tre giorni" di eventi e meet & greet. Il 31 ottobre, in una live speciale su Twitch, Rai Gulp ha festeggiato la notte di Halloween con i protagonisti di Halloweird, la prima serie fantasy comedy per

ragazzi italiana che riscatta gli emarginati della scuola e li rende supereroi. Le tre giornate di Rai Ragazzi si sono concluse con la Yoyo Parade a Villa Bottini, che ha visto la presenza di alcuni dei più amati character di Rai Yoyo: Bing e Flop, Masha e Orso, Nina e Olga, Pinocchio, Topo Gigio, e Topo Tip.



Da segnalare l'autrice **Nicoletta Costa**, che si è presentata con un suo stand nel padiglione San Martino, dove è stato possibile trovare l'artwork realizzato in esclusiva per Lucca Comics & Games 2021.





Per entrare nel mondo del gioco i giovani visitatori hanno potuto partecipare al *Virus Game* di Federico Taddia ed Antonella Viola, ma anche incontrare alcuni dei gamer più popolari fra le nuove generazioni: Roby Gamer, Grax, Sotomayor10tv, in collaborazione con Rizzoli Fabbri. Fra gli autori internazionali presenti dal vivo, uno dei più interessanti casi editoriali degli ultimi anni: **Jack Meggit-**

**Phillips**, scrittore, sceneggiatore e drammaturgo londinese, autore di "*Bethany e la Bestia*", primo volume di una serie, già tradotto in 30 lingue, che presto diventerà un film. Una storia "deliziosamente macabra" per bambini dai 6 anni in su.

L'illustratore Emanuele Benetti e Davide Calì hanno presentato ai più piccoli *I cavalieri delle buone maniere* (Kite edizioni), una divertente storia nata dalla penna di Pierdomenico Baccalario e illustrata dal vincitore del Premio di Illustrazione Editoriale Livio Sossi 2020. Una storia ispirata alla figura affascinante e controversa di Carlo Gesualdo da Venosa, uno dei più grandi compositori di tutti i tempi, è "Manù e Michè. Il segreto del principe" (Mondadori), presentata da Francesco Niccolini, regista dello spettacolo "Lucrezia Forever" prodotto da Lucca Comics & Games presentato a Lucca Changes.

Per chiudere con una favola della buonanotte, Emanuela Pacotto ha presentato il suo libro "Favolananna" (Poliniani) in anteprima a Lucca Comics & Games.



Fantasy e Narrativa. L'area dedicata alla narrativa, che solitamente trovava spazio all'interno del Padiglione Carducci, nel 2021 ha occupato il nuovo padiglione di Piazza San Martino. Fra i player principali Mondadori, che si è presentata con Mahmood e il suo "Ghettolimpo. Sui sentieri dell'anima", versione a fumetti del suo omonimo album; Audible, con i podcast di Maccio Capatonda e un rea-



ding esclusivo dedicato a "**The Sandman**" di **Neal Gaiman**; e Sky Arte, che insieme a Carlo Lucarelli ha presentato "In compagnia del lupo. Il cuore nero delle fiabe", tratto dall'omonimo programma televisivo.



Fra i trenta e più eventi dedicati all'universo fantasy, il mondo di J.R.R. Tolkien ha visto la presentazione delle ultime novità di Bompiani in collaborazione con AIST (Associazione Italiana Studi Tolkieniani). La scrittrice e critica Loredana Lipperini si è invece esibita una serie di letture dei brani dal nuovissimo audiolibro "L'incubo di Hill House" della scrittrice di storie gotiche Shirley Jackson.

Molto si è parlato "Di fantasmi e di misteri: nel buio delle nostre paure", con **Fiore Manni** e Michele Monteleone usciti per Sperling & Kupfer con il loro primo libro scritto a quattro mani. E ancora, presentazioni ed eventi targati DeA Planeta Libri, Fanucci, Giunti.



L'arte al centro con l'Area Performance in Chiesa dei Servi. Nel progetto Lucca Comics & Games 2021 la Chiesa dei Servi ha raccolto lo spirito dell'Area Performance, diventando uno spazio privilegiato di interazione tra artisti e dando vita a momenti unici di pittura, scultura e disegno dal vivo, che hanno visto come protagonisti gli ospiti principali della manifestazione. Fra tutti gli autori

presenti alla Chiesa dei Servi, una menzione speciale quest'anno va ad Angelo Stano, disegnatore e copertinista di Dylan Dog che ha illustrato, tra gli altri, il primo iconico albo della serie, "L'alba dei morti viventi". È stato lui il resident artist dell'Area Performance, accompagnato da artisti come Stefano Moroni, Sergio Algozzino, Paolo Barbieri, Roberto Recchioni, Ivan Cavini, David Messina, Frank Federighi, Nigel Sade, Sarah Wilkinson, Kalina Mulhova, Melissa Spandri, Beatrice Pelagatti, Andrea Musso, Mirti, Francesca Urbinati, Carmine Di Giandomenico, LaTram, Grazia La Padula, Gabriele Sta-



zi, Martina Volandri, Fabio Porfidia, Antonio Pronostico e tanti altri. Le performance degli artisti, che ogni anno sono invitati a interpretare un tema diverso, hanno avuto come stimolo quello della transizione ecologica, che si inserisce perfettamente nel ciclo delle transizioni a cui quest'anno Lucca Comics & Games dedica la manifestazione e che rafforza la collaborazione con Zero Waste Italy. Al termine della manifestazione le opere sono state battute all'asta, ottenendo il risultato più alto di sempre, con il ricavato devoluto in beneficenza.



Music. Vista l'impossibilità di realizzare attività concertuali all'aperto, il fronte musicale di Lucca Comics & Games 2021 è stato sviluppato principalmente attraverso il ciclo di panel Rock & Comics, che grazie al supporto della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca ha visto protagonisti alcuni dei principali musicisti italiani confrontarsi con le loro passioni e con la cultura pop. L'attività ha per-

messo di intercettare un'ampia e varia forbice di pubblico, con ottimi risultati in termini di copertura media.



Cosplay. La sezione Cosplay insieme allo spin off Street & Fun, si occupa di sviluppare e coordinare progettualità inerenti al mondo del costuming e del prop-making dando vita, attraverso il network delle fandom community, a un sistema di attività ed eventi hot-spot esteso su tutto il centro storico di Lucca, durante i giorni della Kermesse. Capitolo a parte sono i contest e le competizioni cosplay che ogni anno vengono calendarizzati all' interno di alcune aree specifiche del festival e che richiamano per ogni edizione centinaia di partecipanti pro-

venienti da tutta Italia. Il Cosplay è anche "fotografia" e grazie a questo indissolubile connubio, siamo



stati in grado di seguire i **trend** e le preferenze del settore per ampliare il palinsesto dell' area Lucca Cosplay, con iniziative di alta profilatura, contestualizzate all' interno di location esclusive e coadiuvate da professionisti del settore con il quale Lucca Comics & Games ha formalizzato una collaborazione trasversale e di ampio respiro. Il nostro coordinamento e supervisione delle attività, create in accordo con gruppi riconosciuti e associazioni, ci ha permesso di **espandere il raggio d'azione** e operatività, declinando il mondo cosplay anche all' interno di altre realtà strategiche come quelle del Cinema e Videogioco, presenti e ormai consolidate all' interno del nostro roster di partner. Fondamentale lo sviluppo di un' area dedicata, che ha permesso la gestione di workshop, interviste, firmacopie con ospiti Cosplayers internazionali.



Videogames. In un anno estremamente complesso, mentre il settore videogames globalmente decide di non partecipare, fino al permanere dell'allerta Covid, ad eventi fisici, Lucca Comics & Games riesce comunque a mantenere standard elevatissimi, con un ricco programma di tornei, dimostrazioni, anteprime e mostre tematiche. Viene premiata la multicanalità, e in generale l'amplificazione

digitale che permette di raggiungere un pubblico appassionato ma non presente in loco, sia attraverso il nuovo canale Twitch del festival che attraverso tutti gli altri mezzi a disposizione, social media in primis.



Movie. Si conferma fortissimo l'interesse delle major e delle piattaforme streaming verso il festival lucchese: contenuti, talent e anteprime degne di un festival cinematografico di primissimo ordine, con un focus, ovviamente, sulle opere legate ai mondi del fumetto, della fantasy e della cultura pop. Alcuni esempi: The Witcher (Netflix), Stalk (Rai), Encanto, Eternals, Night House, Antlers,



Dopesick (the Walt Disney Company), Dune, Superman e Lois, Matrix, Ghostbusters Legacy (WB), Last Night in Soho (Universal).

Lucca Comics & Games conferma la sua capacità attrattiva per tutti i player del settore cinematografico e televisivo, portando con sé talent nazionali e internazionali di altissimo profilo. Il programma Movie è stato ricco di contenuti, incontri e anteprime. L'edizione 2021 naturalmente va in netta controtendenza rispetto al 2019, sia per ospiti che per numero di proiezioni, ma segna una vera ripartenza dopo la parentesi Changes del 2020. È un nuovo inizio per l'area Movie, sia nei modi di coinvolgere i player dell'intrattenimento, sia nel dialogare con il pubblico. Abbiamo integrato con successo e innovazione l'evento live e quello digitale, valorizzando l'esperienza dal vivo per i possessori di biglietto ma senza dimenticare l'enorme pubblico raggiungibile con l'Online. Se dentro i teatri e i cinema si respirava l'eccezionalità del momento come nel passato, fuori le folle assenti erano tutte collegate da casa.

## NUMERI E ATTIVITÀ



Quasi 1.000 eventi unici complessivi nel nuovo ecosistema Lucca Comics & Games: 300 fra panel, workshop e spettacoli da Lucca, 60 attività Cosplay, 120 eventi nel circuito Campfire, 34 contenuti esclusivi per RAI Play e 2 speciali RAI 4, che si aggiungono alle 63 attività digitali, che hanno visto protagonisti più di 380 ospiti. Le presenze alle attività fisiche sono state circa 25.000 in 16 lo-

cation monumentali, il consueto 30% del pubblico del Festival. Oltre 17.000 i fan coinvolti nei Campfire, per l'eccezionale totale di 42.000 persone coinvolte in eventi dal vivo nell'arco dei 4 giorni del Festival. Si aggiungono al roster 10 mostre espositive internazionali, 60 set fotografici Cosplay, 6 concorsi banditi dal festival, 20 proiezioni, 20 anteprime cinematografiche, 14 anteprime, 2 anteprime mondiali e 2 produzioni Teatrali. I contenuti curati e prodotti dal Festival sono il cuore pulsante del progetto editoriale ed artistico della rassegna, costruiti per intercettare l'interesse del pubblico



hardcore così come di quello casuale, così raccontando l'essenza e l'identità del progetto: eventi frontali, momenti performativi, flashmob, spettacoli, anteprime e workshop, sviluppati all'insegna della partecipazione attiva e dei cinque valori festivalieri. Oltre alle attività sistematiche, format riconoscibili e continuativi, ogni edizione vengono curati e prodotti una serie di eventi peculiari e unici. Qui una lista di alcuni fra i più identitari.



Rock & Comics. Il complesso di San Francesco ha ospitato il progetto Rock 'n' Comics, format targato Lucca Comics & Games che unisce musica e fumetto e realizzato col supporto e la collaborazione della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca. Attraverso una serie di interviste performative, famosi artisti hanno dialogato su tematiche innescate da immagini del mondo del fumetto e

dell'illustrazione legate alla sua storia personale. Un viaggio dialogico accompagnato dalla commistione di generi artistici, come un sottofondo musicale e una live performance fumettistica.



Tra i personaggi coinvolti **Pau** (Paolo Bruni), frontman dei **Negrita**: 25 anni di carriera, durante la pandemia ritorna alle sue origini di artista visivo sviluppando uno straordinario dialogo artistico con l'autore **Simone Bianchi** già interprete degli universi **Marvel** e **DC**. E ancora **Caparezza**, artista disco di platino dalla forte identità e carattere, si definisce "fumettista mancato" ed è grande cono-

scitore di comics e di cultura popolare; con il suo tour Museica ha sperimentato fra melodie e opere d'arte.

Non potevano mancare i **Lacuna Coil**, la gothic band italiana più conosciuta al mondo, unica in Italia ad aver collaborato per il lancio internazionale di Batman World da sempre appassionata di giochi e



di geek culture, e **Mahmood**, due volte vincitore del Festival di Sanremo, a Lucca per il lancio del suo libro.

E infine **Shade**: doppiatore, campione di freestyle e uno dei rapper italiani più popolari tra i ragazzi. Appassionato di fumetto, ha prestato la sua voce a Hashirama Senju nella serie Naruto Shippuden



Graphic Novel Theatre. Nella sua continua ricerca di collisioni di linguaggi, Lucca Comics & Games ha creato nel 2017 il filone Graphic Novel Theatre, selezionando, curando e producendo le trasposizione teatrali di grandi opere a fumetti italiane: Hugo Pratt in occasione dei 50 anni della "Ballata del Mare Salato", Zerocalcare con "Kobane Calling", protagonista di un tour nei principali teatri

stabili nazionali, "Cinzia" di Leo Ortolani e "Lucrezia" di Silvia Ziche, con cui il drammaturgo Francesco Niccolini ha vinto il prestigioso Premio Nazionale Franco Enriquez 2021 – Città di Sirolo. Quest'anno ben 2 i progetti:

L'Oreste - Quando i morti uccidono i vivi - Una riflessione sull'abbandono e sull'amore negato. Su come la vita spesso non fa sconti ed è impietosa. E che qualche volta è più difficile andare da Imola a Lucca, che da Imola sulla Luna. Un'opera teatrale di Francesco Niccolini, prodotta da Accademia Perduta Romagna Teatri e Società per Attori, in collaborazione e in anteprima a Lucca Comics & Games. Il progetto nasce in parallelo come fumetto e come opera teatrale, grazie al fumettista Andrea Bruno che realizza sia il graphic novel per Poliniani Editore che le scenografie dell'opera.



**Tuono Day.** Lucca Comics & Games ha voluto celebrare Tuono Pettinato, l'autore toscano scomparso prematuramente, con un'intera giornata dedicata all'autore: Il fumettista che faceva air guitar.



Il Fumettista che faceva air guitar: Il duello definitivo fra le due anime di Tuono Pettinato: tra punk e cultura alta, fra ricerca e mainstream, i diversi aspetti dell'eclettico fumettista saranno rappresentati da varie personalità della cultura italiana, tutte accomunate dall'amore per il lavoro di Andrea Paggiaro: la giornalista e divulgatrice Silvia Bencivelli, la scrittrice Marta Barone, il musicista Simone Lucciola, il comico, autore e conduttore televisivo Valerio Lundini e, in streaming, i registi Marco e Antonio Manetti (i Manetti Bros), con la moderazione del giornalista Luca Valtorta.

Corpicino a teatro - Pagine nere per nere cronache - Una lente di ingrandimento e una riflessione sul corpo innocente che viene a mancare, il corpo innocente di un bambino scomparso e il
corpo innocente delle nostre premesse di umanità. "Corpicino", opera matura e senza pietà del geniale
Tuono Pettinato, primo contenuto con cui Lucca Comics & Games intende celebrare l'artista e l'amico
Tuono Pettinato.

Una denuncia aperta alla società del voyeurismo, alla cultura del tg, alla collana di falsa ipocrisia e perbenismo ignorante e pericoloso che indossano al collo le vittime. Realizzata con la regia di Francesca Caprioli e la curatela di Cristina Poccardi.



Tuono, il documentario: In anteprima a Lucca Comics & Games 2021 Tuono, il documentario sulla vita e le opere di uno dei più brillanti intellettuali della sua generazione, nato dalla collaborazione tra Lucca Comics & Games, Fish-Eye Digital Video Creation e RAI.

**Premio Nazionale "Tuono Pettinato"**: Ma non solo a Lucca si celebra questo artista. Infatti,

grazie alla collaborazione tra la rete bibliotecaria Bibliolandia e i familiari del grande fumettista, ha preso il via il 1º Premio Nazionale "Tuono Pettinato", che Lucca C&G ha voluto valorizzare.





Ruolimpiadi. La storica attività di Lucca Games dedicata al Gioco di Ruolo Organizzato è stata confermata anche per l'anno 2021, ed ha dovuto andare incontro a numerosi cambiamenti per adeguarsi alle nuove normative le sue modalità di partecipazione e di svolgimento. Infatti, non potendo avere garantita la partecipazione di squadre formate da giocatori provenienti da tutta Italia,

abbiamo optato per un sistema di "draft" dove ogni giocatore si potesse iscrivere singolarmente, ed essere poi inserito in una squadra all'inizio delle attività. L'area identificata per far svolgere in sicurezza e tranquillità le Ruolimpiadi è stata il baluardo San Paolino, location che si è rivelata ideale per spazi e collocazione. La nuova modalità ha riscosso un ottimo successo, portando circa 80 iscritti - numero solo di poco inferiore a quelli dell'edizione 2019 - e ad un **rinnovamento** del parco dei partecipanti, probabilmente un po' cristallizzato negli anni precedenti a causa della necessità di iscrivere una squadra già formata.



Ludoteca e Area Demo. Le attività della Ludoteca e dell'Area Demo hanno trovato spazio al primo piano del Real Collegio; gli spazi a disposizione sono rimasti circa gli stessi dell'edizione 2019, con 36 tavoli a disposizione per i 4 giorni del Festival, e nell'area è stato incluso lo spazio dedicato al Bazar del Gioco Usato. I risultati sono stati ottimi, con circa 200 prestiti effettuati ed un totale di oltre

600 persone coinvolte nelle attività di gioco; a questi vanno aggiunti i tavoli dedicati al Gioco di Ruolo (sei tavoli su due turni giornalieri per i 4 giorni, circa 250 giocatori in totale) ed i tavoli demo gestiti in collaborazione con Game Science Research Center e Rete Ludica Giocaruolando, portando il totale dei giocatori coinvolti ad oltre mille sui quattro giorni di Festival. Il Bazar del Gioco Usato ha ottenuto risultati migliori rispetto all'edizione 2019, grazie alla prossimità con l'area della Ludoteca ed



al maggior spazio a disposizione, prendendo in carico circa 450 giochi, dei quali il 75% ha trovato un nuovo proprietario (345 giochi).

Italian Esports Open 2021. In collaborazione con ESL (Electronic Sports League) per il sesto anno consecutivo, Lucca Comics & Games con l'ormai storica location presso l'Auditorium San Romano si riconferma come il principale appuntamento italiano dedicato agli esports. I quattro giorni del festival hanno quindi ospitato decine di eventi e 5 tornei dedicati a titoli come Fortnite, Pokémon, League of Legends, Valorant, Clash Royale. Quest'anno si è inoltre implementata una parte dedicata all'intrattenimento con oltre 20 talent e communities a farla da padrone. In streaming, gli Open hanno prodotto oltre 254.000 views e una reach totale sui social media di oltre 4 milioni.

Nintendo. In mancanza della possibilità di una presenza fisica, Nintendo decide comunque, e per il secondo anno consecutivo, di rinnovare la sua partnership con il festival lucchese attraverso tre momenti dedicati all'interno del palinsesto digitale, con la conduzione di una influencer di settore alla quale si affiancavano di giorno in giorno gli host ufficiali del canale. Vengono quindi raccontati e celebrati i due intramontabili **Pokémon** (nelle sue diverse incarnazioni digitali), **Animal Crossing**, e il nuovo **Metroid Dread**, di imminente uscita durante i giorni del festival.



Arcane - Riot. Il colosso del videogioco sceglie ancora Lucca per raccontare League of Legends, promuovere il nuovo Wild Rift per piattaforme mobile, e soprattutto per portare un'esclusiva mostra di presentazione di Arcane, serie animata ambientata nel mondo di League of Legends e distribuita da Netflix - che poi si è rivelata uno dei grandi successi della stagione della piattaforma streaming. Per

Arcane in particolare la mostra, su due livelli, ha occupato un'ampia area dell'Ex Museo del Fumetto, e mostrava in anteprima studi, scenografie e concept originali, il nuovo video degli Imagine Dragons (autori della colonna sonora, e che compaiono nella serie in un cameo), e, dentro teche illuminate, dei prop che riproducevano due dei principali oggetti di scena della serie. La partecipazione diretta dei



vertici internazionali, per la prima volta al festival, e i loro feedback assolutamente positivi rafforzano ulteriormente il rapporto con la casa produttrice.



Wheel of Time - PrimeVideo. Per la prima volta interviene al festival l'headquarter di PrimeVideo Europe, portando l'esperienza di anteprima della nuova serie Wheel of Time (La Ruota del Tempo) presso Casa del Boia. Pur in tempi strettissimi di realizzazione, produzione e comunicazione, l'esperienza, che includeva l'anteprima del trailer, i costumi originali di tutti e sette i protagonisti e

dei set videofotografici in green screen che trasportavano i partecipanti "dentro" il film, ha avuto un larghissimo successo e la serie de La Ruota del Tempo è risultata, con oltre 1,16 miliardi di minuti visti nella prima settimana, la serie con la Premiere più vista dell'intero catalogo Amazon Prime Video.



The Witcher - Netflix. La piattaforma streaming torna a Lucca Comics & Games confermando il grande amore per il festival. Torna con una delle serie fantasy più viste sulla piattaforma: The Witcher. Per la seconda volta, dopo il 2019, la produzione sceglie Lucca Comics & Games per il lancio mondiale del final trailer. Un parterre di ospiti incredibile: la showrunner, la costumista, il super-

visore degli effetti speciali e due attori protagonisti. L'evento è andato in diretta streaming sul canale Twitch di Lucca Comics & Games registrando numeri importanti, grazie anche al prezioso lavoro in regia per rendere l'esperienza quanto mai immersiva anche per chi era davanti un PC.

**Encanto - The Walt Disney Company.** Disney crede in Lucca Comics & Games e crede nella ripartenza del festival come tassello **fondamentale** delle sue strategie promozionali; lo dimostra portando ben **5 contenuti** di altissimo profilo e realizzando un grande ledwall in Piazza San Michele. Una ma-



sterclass dedicata ad *Encanto*, due film horror in anteprima *The Night House* e *Antlers*, un'anteprima italiana targata Disney+ sulla serie più attesa dell'autunno *Dopesick* e infine l'anteprima di *Eternals* l'ultimo film Marvel attesissimo dai fans.

Matrix e Ghostbusters - Warner Bros - Sony Pictures. Come la rivale Disney, Warner Bros punta sul ritorno in presenza di Lucca Comics & Games per incontrare i suoi fans. Una proiezione di *Dune* con introduzione tecnica per lanciare il rilascio digitale del film, l'anteprima della serie tv *Superman* e Lois e una serata dedicata a *Matrix* con il primo film della saga e un videomapping in Piazza del Giglio. Evento di punta anche per la consociata Sony Pictures che porta *Ghostbusters Legacy* a Lucca con l'esposizione della mitica Ecto1 e l'anteprima del nuovo film.



Stalk - RAI. L'ammiraglia della televisione italiana, partner della manifestazione, ha portato 2 contenuti di punta della sua programmazione. Stalk una serie sullo stalking digitale, in anteprima i nuovi episodi della seconda stagione presentati da lo showrunner e i due attori principali. Pinocchio la serie animata targata Rainbow con ben 4 episodi in anteprima italiana, un'eccellenza dell'anima-

zione nostrana presentata dal creatore Iginio Straffi in un cinema centrale pieno di bambini.



Last Night in Soho - Universal. Per il lancio del film Last Night in Soho è stato organizzato un grande evento speciale. Nel pomeriggio del 31 ottobre l'anteprima del film e la sera nella splendida cornice di Villa Bottini, 15 influencer tra cosplayer professionisti e modelle hanno preso parte ad una sfilata a tema. Un lungo tappeto rosso, musica d'epoca, vestiti fatti su misura e due presentatori. Un

evento che ha avuto uno straordinario impatto sui social media con tantissime condivisioni e like.



Yokai Cosplay Experience. Lo Yokai Cosplay Experience è un progetto sviluppato in collaborazione con L'ente pubblico Orto Botanico di Lucca, dove la visita guidata rigorosamente in notturna ad uno dei più giardini del centro Italia, è diventata il pretesto per creare una vera experience all' interno del quale i visitatori hanno potuto assistere ad un inedito crossover tra la parte naturalistica e ambienta-le miscelata con la tradizione, la storia e il mito degli Yokai (demoni) Giapponesi e la cultura pop dei cosplay. Il progetto è stato creato con Paolo Linetti, direttore del Museo di Arte Orientale di Brescia.



Ghostbuster Legacy - Ecto 1 Parade. Evento speciale che ha preso vita il 31 Ottobre, con la "Parata" Cittadina che ha visto come protagonista la leggendaria ECTO 1 degli Acchiappafantasmi. Il corteo, ha riproposto la celebre scena del primo film della saga, con tanto di scorta della polizia e delle forze dell' ordine per tutto il tragitto fino al cinema Astra di Lucca, dove veniva proiettata in antepri-

ma la pellicola del nuovo film. Ad accompagnare la marcia, anche la community Ghostbusters Cosplay Italia, che ha creato un divertente siparietto dentro i locali del cinema, con tanto di animazione musicale a tema.



Cosplay Live Show. L'Esclusivo contest Cosplay, riveduto e organizzato secondo i tempi, le modalità e il formato tipico dello show televisivo. Grazie alla collaborazione con Crossover Universo Nerd, partner della Kermesse, sul palco dell' Auditorium San Francesco è andato in scena un vero spettacolo con tanto di interviste nel backstage ai partecipanti, impressioni a caldo in uscita dal palco e inter-

mezzi di puro intrattenimento sapientemente condotti dalla celebre Giorgia Vecchini e ai quali quale ha partecipato anche Cristina Scabbia, leader dei Lacuna Coil che ha conferito il premio al vincitore del contest.



TAI FNT



Autori Comics. Oltre 200 gli autori a fumetti coinvolti a Lucca Comics & Games 2021. Il contesto pandemico ha ovviamente impedito a molti autori internazionali di viaggiare, ma non sono comunque mancate le presenze dall'estero come l'autore di Batman e di 300 Frank Miller (USA) per il lancio del suo documentario autobiografico, Paul Azaceta (USA) e Lisandro Estherren (Argentina in Ita-

lia per festeggiare i 20 anni di Saldapress, **Bastien Vivès** e **Martin Quenehen** (Francia) a Lucca per lanciare il primo volume del "reboot" di Corto Maltese e **Tony Sandoval** (Messico). Fitto il parco artisti italiani: da **Fumettibrutti** a **Zerocalcare**, da **Mirka Andolfo** a **Leo Ortolani**, da **Sio** a **Igort**, il grande ritorno del Festival in presenza ha visto protagonista la scena a fumetti nazionale, insieme a grandi nomi provenienti da altri settori. Fra tutti **Roberto Saviano**, a Lucca per il lancio della sua prima Graphic Novel, e **Caparezza**, all'interno della sua collaborazione col fumettista Simone Bianchi.



Autori Games. A causa delle limitazioni agli spostamenti, non ci sono stati ospiti internazionali ed abbiamo puntato alla valorizzazione di game designer, artisti di settore ed influencer italiani: hanno partecipato a panel, incontri con il pubblico, attività dal vivo e dimostrazioni di giochi autori ed artisti come Andrea Angiolino, Marco Donadoni, Fabio Viola, Emiliano Sciarra, Andrea Lucca,

Matteo Cortini, Domenico Di Giorgio, Luigi Ferrini, Luciano Leni, Massimiliano Ricchiero, Angelo Di Chello e molti altri, e ad ognuno degli ospiti è stata data la possibilità di una presenza nel nostro palinsesto Twitch o in quello dei nostri streaming partner, sia per interviste ed approfondimenti, che per dimostrazioni dal vivo e partite dimostrative. Abbiamo deciso di puntare molto sulle attività delle tante realtà associazionistiche italiane di settore, e per questo abbiamo stretto una collaborazione



con la "Rete Ludica Giocaruolando" per definire un palinsesto di incontri, seminari ed attività ludiche che coprissero tutti e quattro i giorni del Festival, fornendo al pubblico ed agli operatori di settore una visione - parziale ma comunque rappresentativa di molti e diversi territori italiani - delle potenzialità e della qualità degli eventi messi in piedi dalle associazioni e dagli enti del terzo settore.



È stato realizzato un **ciclo** di otto panel di approfondimento nella Sala ingellis, oltre ad un'area permanente all'interno del Real Collegio dove si sono svolti 16 incontri con autori ed operatori e dove erano presenti 6 tavoli dimostrativi a disposizione del pubblico. Da segnalare anche l'attività di

Game Design svolta in collaborazione con dV Games su commissione dell'Arcivescovo di Lucca: il prototipo del gioco "**Kerygma**" è stato presentato a Lucca Comics & Games 2021 e sono stati attivati due tavoli demo al primo piano del Real Collegio; inoltre, sabato e domenica la sala dell'Arcivescovado ha ospitato 120 giocatori che si sono offerti di fare da playtester del prototipo, e si è svolta una partita dimostrativa (trasmessa in diretta streaming) a cui ha preso parte il Vescovo di Lucca, Mons. Paolo Giulietti.



Autori Musica. La musica a Lucca 2021 è stata protagonista non di attività concertuali, ma di incontri di approfondimento che ha visto coinvolti importanti musicisti e le loro passioni. Caparezza, Mahmood, I Lacuna Coil, Pau, Shade, già protagonisti del citato ciclo Rock & Comics, sono stati affiancati da altri artisti presenti al Festival per lanciare progetti editoriali, a testimonianza del sempre cre-

scente legame fra i due media. Il Rapper **Ensi** ha presentato il suo graphic Novel "Che Disagio", mentre i **Fast Animals and Slow Kids** hanno raccontato al pubblico il loro "Come reagire al presente". **Giorgio Poi** ha dialogato con Zuzu sul suo nuovo progetto a fumetti, senza dimenticare il deejay **Andrea Rock**, che ha moderato alcuni fra i più interessanti panel sul connubio Musica-Fumetto.





Talent Cosplay. Himorta, nota cosplayer e influencer italiana ha partecipato alle attività del settore cosplay con photoset esclusivi all' interno della Villa Bottini, ma anche per firma copie e meet & Greet con i propri fan. Ha inoltre partecipato alla Fashion Night promossa da Universal per l'uscita del film Last Night in Soho, anteprima del festival. Non solo Himorta, ma anche personaggi del cali-

bro di Leon Chiro, Meryl Sama, Maurizio Merluzzo, Ambra Pazzani, Gaia Giselle, Micol Ronchi, Jessica "Miss Hatred" Armanetti e Valentino Notari, autore del popolarissimo scritto "Cosplay Girl" edito da Mondadori, sono stati ospiti dell' area Cosplay per tutti i giorni del festival con panel, eventi e workshop dedicati.



Talent Movie. The Witcher – Il cast: la showrunner Lauren Schmidt Hissrich, gli attori Joey Batey
e Kim Bodnia, il cast tecnico Andrew Laws e Lucinda Wright hanno incontrato i fan in uno special
panel al Cinema Moderno. Frank Miller: il grande
autore insieme alla regista Silenn Thomas hanno
presentato il documentario a lui dedicato. Zerocalcare: il famoso fumettista ha presentato la sua

nuova serie al pubblico del teatro del Giglio. **Gabriele Mainetti:** regista ha parlato del suo ultimo film in un incontro sul canale Twitch. **Stalk – Il cast:** ha incontrato il pubblico al cinema Astra e in un panel digitale. **Iginio Straffi:** il fondatore di Rainbow e delle Winx ha presentato la nuova serie animata *Pinocchio*.



ARFF TFMATICHF

#### **Aree Tematiche Comics**



Palazzi delle dediche. Da sempre, l'incontro tra autori e pubblico è uno degli assi portanti di Lucca Comics & Games, all'insegna della gratitudine fra autore e fan. Anche in quest'anno così particolare, quindi, l'attività di firmacopie rimane irrinunciabile, seppur con alcune modalità differenti. Gli autori con maggior flusso di pubblico hanno dunque tenuto i propri firmacopie nei vicini Palazzi delle

Dediche, ovvero all'ex Museo del Fumetto in Piazza San Romano, l'Oratorio San Giuseppe e la Chiesa dell'Agorà, **aree sviluppate ad hoc** con logiche di **prenotazione** e **distanziamento** per permettere al pubblico di godere al meglio del momento con il proprio autore preferito. La maggior parte delle attività ha registrato il tutto esaurito, con l'apprezzamento di pubblico, autori e publisher.



Il Palazzetto dello Sport - Tavole Originali e Fumetterie - quasi 30 gli espositori coinvolti nel progetto del Palazzetto dello Sport legato al mondo fumetto, etichettato "Lucca Collezionando" per l'attinenza tematica di questi soggetti con il Festival di aprile. Il Palazzetto ha permesso lo sviluppo di uno spazio autonomo e di una logistica adeguata (dagli spazi ai parcheggi) alla compravendita dei

prodotti da collezionismo ed alle esigenze del suo pubblico, coadiuvato dall'area degli **store** sviluppata nell'adiacente padiglione.





Area Pro - Anche l'Area Pro, spazio dedicato agli appuntamenti professionalizzanti fra giovani autori e case editrici, ha subito un adeguamento per adattare lo spazio alle logiche Covid, con una procedura interamente digitale che ha minimizzato gli assembramenti e agevolato la selezione da parte degli editor, una ricollocazione negli spazi dell'Ex Muf ed un supporto da parte del Ministero

delle Politiche Giovanili. **15** dei principali **editori italiani** hanno partecipato all'attività, ed hanno processato oltre **850** candidature, per un totale di 80 appuntamenti.



Self Area - Lo spazio dedicato alle autoproduzioni a fumetti è stato quest'anno collocato negli spazi dell'Agorà, coinvolgendo ben 24 realtà e una libreria collettiva che ha ospitato i volumi dei soggetti assenti. Con la stessa libreria Inuit è stato per il secondo anno di fila sviluppato un progetto di store digitale che permettesse l'acquisto da remoto degli stessi libri. Gli spazi multifunzionali dell'area

in muratura permettono in **prospettiva** lo sviluppo di attività non convenzionali: mostre, performance, eventi e attività.

#### **Aree Tematiche Games**

Le aree commerciali della manifestazione hanno dato ottimi risultati di presenze e di vendite, pur dovendo segnalare una minore affluenza al primo piano del Real Collegio, sia a causa della disposizione al piano superiore che a causa dei limiti stringenti di capienza imposti dalla struttura.

- Padiglione San Donato (Editori Gioco da Tavolo)
- Cavallerizza (Editori ed Espositori Gioco di Ruolo)
- Real Collegio (Editori ed Espositori Trading Card Game e Fantasy)



Le aree tematiche sono state ugualmente molto visibili ed hanno avuto un ottimo riscontro di presenze; nel dettaglio, le aree in oggetto erano:

- Casermetta San Paolino (Ruolimpiadi: 80 partecipanti totali)
- Castello di Porta San Donato (Area Tornei ed Angolo del Cinghiale: circa 120 partecipanti ai tornei, circa 80 partecipanti ai tavoli demo)
- Casermetta San Donato: pur non avendo una cifra esatta dei partecipanti ai tavoli demo, stimiamo che sui 12 tavoli a disposizione si siano alternate circa 150 persone al giorno
- Sala Incontri "Ingellis": nel corso dei 21 incontri realizzati, si sono alternate circa 300 persone (capienza sala 25 posti)
- Real Collegio primo piano (Ludoteca, Area Demo, Rete Ludica Giocaruolando, Game Science research Center): coinvolte più di mille persone nelle varie attività.



Progetto Fantasy della "Contea Gentile". Il mondo fantasy della Terra di Mezzo è stato protagonista della Villa Cosplay, con il progetto di Nicolas e la Contea Gentile, accorsi dall' Abruzzo per raccontare il progetto di solidarietà e autentica passione, che gli ha portati alla ribalta della cronaca mediante una campagna crowdfunding a cui hanno partecipato migliaia di persone in tutta Italia e

che attualmente sta andando avanti con nuove attività specifiche.



Il Progetto "Villa Cosplay". Nuova area pensata per accogliere le associazioni cosplay e non legate al fandom italiano. È stata la seconda location più visitata del festival nella giornata di Sabato 30 Ottobre e una delle più apprezzate dall'opinione pubblica. Concepita come punto di ritrovo ideale per gli amanti del Costuming e del Reenactment, ha visto le proprie stanze riempite da installazioni



e prop di ogni tipologia e provenienti da ogni IP di rilievo del mondo cinema, videogioco e fumetto. Altri gruppi hanno potuto sviluppare il proprio calendario di iniziative all' esterno, nel meraviglioso giardino della Villa che si è per giunta trasformato con la collaborazione di **Emergency** nel set di un' epico Flash Mob tra "Buoni" e contrapposti "Villains" d'autore (al quale ha partecipato anche la celebre scrittrice fantasy **Licia Troisi**), che alla fine si sono abbracciati, deponendo le armi e lanciando un messaggio di pace e uguaglianza. In calendario, anche un sentito e commovente flash mob a tema Handmaid's Tale, gestito dall' associazione ECHO che ha acceso i riflettori per sensibilizzare il pubblico, sul **tema del femminicidio e sulla violenza di genere**.

# LE MOSTRE



Da sinistra: il Consigliere Regionale Mario Puppa, il Direttore di Toscana Promozione Francesco Tapinassi, l'Assessore Regionale alle Attività Produttive Leonardo Marras e l'Assessora alle Attività Produttive del Comune di Lucca Chiara Martini di fronte al Dante di Paolo Barbieri in Palazzo Ducale

L'edizione 2021 ha segnato anche il ritorno delle grandi mostre che propongono al pubblico non solo il meglio della creatività del fumetto e degli altri linguaggi di cui si occupa, ma vuole avanzare un proprio contributo di **riflessione sui grandi temi** della nostra contemporaneità, all'interno dei più evocativi spazi monumentali della città: il Palazzo Della Provincia, la Fondazione Banca Del Monte di Lucca, la Chiesa Dei Servi e la Chiesa di San Cristoforo.





Will Eisner, il gigante. Will Eisner (1917-2005), uno dei più grandi autori di fumetto di tutti i tempi, è il padre del graphic novel moderno, che ha portato il medium a definitiva maturazione. A partire dal seminale Contratto con Dio (1978), Eisner si fa interprete di un'esigenza autoriale che è insieme

artistica e di posizionamento commerciale, quella di un fumetto che si presenti come "libro", opera chiusa e autonoma, libera di esplorare temi anche difficili. L'esposizione delle tavole originali del Maestro, realizzata in collaborazione con CArt Gallery, è stata arricchita da materiali e saggi inediti selezionati insieme a Denis Kitchen, amico ed editor di Eisner.



Coppia nel lavoro e nella vita, **Teresa Radice** (testi) e **Stefano Turconi** (disegni) partono dalla solarità del mondo Disney ed approdano a romanzi di grande coinvolgimento emotivo come Il porto proibito e Non stancarti di andare. Se Il porto proibito ha fruttato ad entrambi il premio per il miglior Graphic Novel ai Lucca Comics Awards del 2015, nel 2020 Teresa è stata premiata come miglior sce-

neggiatrice per il seguito ideale di quel libro, Le ragazze del Pillar.



Una mostra esclusiva è stata dedicata anche a uno dei fenomeni fumettistici emersi dall'infinita vitalità di Internet, **Giacomo Bevilacqua**, diventato popolare con la poetica striscia umoristica A Panda piace. Si è dedicato in seguito a progetti sempre più ambiziosi, come i graphic novel Il suono del mondo a memoria e Troppo facile amarti in vacan-

za e la miniserie per Sergio Bonelli Editore Attica, realizzata in uno stile a metà fra il fumetto italiano e quello giapponese e vincitrice del premio come Miglior Serie ai Lucca Comics Awards del 2020.





Spazio anche al vincitore del premio come Miglior Esordiente ai Lucca Comics Awards del 2020, **Walter Leoni**, un altro autore nato e cresciuto professionalmente sulle pagine dei social network. Realizzato sull'onda della sua fortunata attività di vignettista, SS Tata è il suo primo libro, una spassosa satira in cui un vecchio scienziato nazista, alla

continua ricerca di nuovi modi per clonare Hitler, deve confrontarsi con un compito che manda in crisi le sue convinzioni: prendersi cura della sua nipotina color caffellatte.



# Gli autoritratti degli Uffizi: Dalla 'A' di Altan alla

**'Z' di Zuzu**. Un progetto che vede coinvolto il Ministero della Cultura e le Gallerie Degli Uffizi all'interno del Protocollo d'Intesa siglato con Lucca Crea. Le opere di tutti gli artisti che hanno partecipato al progetto Fumetti nei Musei, le 52 opere di alcuni tra

i più brillanti fumettisti della scena italiana sono un vero e proprio atlante del fumetto italiano contemporaneo, e al termine del Festival andrà ad arricchire la collezione di autoritratti delle Gallerie degli Uffizi, notoriamente la più prestigiosa al mondo.



Celebrando i **20 anni di attività**, **CMON** ha proposto un percorso guidato in Chiesa dei Servi attraverso i giochi e le miniature realizzate finora, valorizzando il lato artistico del gioco da tavolo. La classica pedina prende spunto da un artwork originale, diventa scultura che viene poi dipinta tradizionalmente a mano. In mostra ci saranno tutte le fasi:

dell'artwork, alla scultura, alla stampa per la produzione fino al pezzo dipinto. Due esperienze di paint in progress, alcuni soggetti creati per l'occasione, pezzo singoli, diorami e scene significative popoleranno il percorso espositivo.





Il musicista Pau è celebrato dal festival con una mostra personale delle sue tele, tavole e disegni originali: Pauhaus rock art gallery. Uno dei rocker italiani più amati, che oltre ad imbracciare i suoi amati chitarra e microfono, nell'ultimo anno e mezzo è tornato ad impugnare matita e pennelli - abbandonati dopo il diploma artistico e gli studi di architet-

tura – per dar vita a potenti dipinti e disegni realizzati con le tecniche più differenti, dall'inchiostro all'acrilico, dal linocut al graffito, dall'acquerello alla digital art.



League of Legends, magnum opus di Riots Games, è un fenomeno videoludico globale. Ed è anche, e non può sorprendere, il centro di un franchise multimediale in continua espansione. La mostra Arcane - Creatori di Mondi ha sorpreso con la cura certosina che Riot infonde in ogni nuova diramazione, a partire dalla serie animata Arcane, prodotta direttamente da Riot e realizzata dallo studio france-

se Fortiche Production, per la distribuzione di Netflix. In mostra artwork e concept di produzione, per un dietro le quinte esclusivo.



#### PROGETTI SPECIALI



L'inaugurazione della mostra per il Centenario del Milite Ignoto, da sinistra: Il Ministro delle Politiche Giovanili Fabiana Dadone, Il Direttore di Lucca Comics & Games Emanuele Vietina, la Presidente di Lucca Crea Francesca Fazzi, la storica Anna Villari, il Prefetto di Lucca Francesco Esposito, il Presidente del Consiglio Regionale Antonio Mazzeo, il Sindaco di Lucca Alessandro Tambellini, l'Assessora alle Politiche Formative del Comune di Lucca Ilaria Vietina, il Presidente del Consiglio Comunale Francesco Battistini e il Consigliere Regionale Mario Puppa,

Centenario del Milite Ignoto - Presidenza del Consiglio dei Ministri. Coinvolti dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Struttura di Missione per la valorizzazione degli anniversari nazionali e della dimensione partecipativa delle giovani generazioni - e dal Ministero per le Politiche Giovanili diretto dal Ministro Fabiana Dadone, nelle Commemorazioni per il Centenario del Milite Ignoto, il più rilevante tra gli anniversari nazionali del 2021, abbiamo progettato per e con la Struttura di Missione una mostra in realtà aumentata che vantava opere originali e dedicate di ben 20 celebri artisti nei campi del fumetto, dell'illustrazione, del concept design, tenuta, durante le giornate del festival, presso la Chiesa di San Cristoforo, appositamente allestita come un enorme giardino e contenente al suo interno una ulteriore esperienza immersiva che riproduceva quella presente sul vagone del treno che, in quegli stessi giorni, ripercorreva l'Italia. La mostra è stata visitata da oltre 12.000 persone, ottenendo più di 62.000 impressions delle opere in realtà aumentata.





A questo si aggiungevano dei tornei di **Ticket to Ride** in collaborazione con la casa editrice **Asmodee**, in una versione speciale appositamente prodotta per la Commemorazione, disponibili in esclusiva a Lucca e nei Campfire in tutta Italia, e degli incontri culturali e conferenze nelle quali i linguaggi del festival (fumetto, gioco, videogioco) si fondevano con quello del Milite. Infine, il tutto era

amplificato anche digitalmente, attraverso un **sito dedicato** (che permetteva anche da remoto di godere dell'esperienza della mostra), dei **canali social** (Facebook, Instagram, Twitter), il supporto di **8 influencer e 3 divulgatori storici** e di un **ufficio stampa** dedicato, ottenendo una media evaluation di oltre 422.000 euro.



Mini e la Street Art. Mini, il celebre marchio di BMW, torna al festival per il terzo anno rilanciando il connubio tra i suoi modelli e l'arte, e stringe ulteriormente il suo rapporto con il festival diventando per la prima volta suo "automotive partner". Per raccontare i 20 anni della Nuova MINI in Italia, infatti, il brand crea e presenta al pubblico lucchese un'opera che celebra la storia dell'icona au-

tomobilistica. Creato dai due celebri street artists Solo e Diamond, si intitola "The Big Love" il murales/installazione (realizzato utilizzando delle vernici capaci di purificare l'aria e sanificarla da batteri e virus) che è stato esposto poi, insieme alla Mini John Cooper Works, al Palazzetto dello Sport.





Amazon. In attesa di un ritorno alla fisicità, continua e cresce la partnership con Amazon, innanzitutto con la realizzazione di uno store dedicato sul portale, ricco di anteprime come anche di grandi classici. Inoltre, attraverso cinque eventi online appositamente creati in partnership con la multinazionale disponibili per i clienti dello store, così

come con un accordo di partnership che includeva uno scambio a livello comunicativo e di promozione. Riprende inoltre l'**Amazon Comics Award**, che permette agli appassionati di votare online il proprio fumetto preferito



Casio. Questa edizione ha segnato anche l'avvio di una prestigiosa collaborazione che unisce il nostro Festival con Casio Italia, marchio storico dell'orologeria mondiale con i suoi modelli unici e senza tempo, spesso legati a scene epiche della cinematografia e della grande narrazione contemporanea, come Official Timekeeper. Il Festival è stato infatti il trampolino di lancio del nuovo Casio Vin-

tage A100, revamp dell'iconico F-100 portato al polso da uno dei personaggi più rappresentativi e amati della fantascienza mondiale, Ellen Ripley.

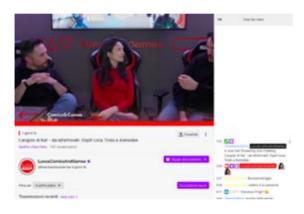


Al centro del progetto una **storia interattiva** realizzata dal fumettista Roberto Recchioni raccontata ogni settimana attraverso i social ufficiali del Festival. Un vero e proprio corto d'autore per immagini, che ha coinvolto i lettori facendo scegliere loro di volta in volta le diramazioni del racconto proposto, influenzando la trama e il finale: un vero esperimento multimediale che sposa appieno la



mission culturale del Festival, in cui la community diventa protagonista attiva di un emozionante progetto di cultura partecipata. La partnership è stata anche valorizzata dagli evocativi artwork realizzati da alcuni dei maggiori creativi legati ai mondi visivi del Festival: l'illustratore e autore del poster di questa edizione Paolo Barbieri, la concept artist internazionale Edvige Faini e l'illustratrice fiorentina Linda Cavallini. Tutti gli autori sono stati presenti al festival per incontri con il pubblico e sessioni di firmacopie delle stampe degli artwork in quantità limitate.

# ATTIVITÀ ONLINE - TWITCH

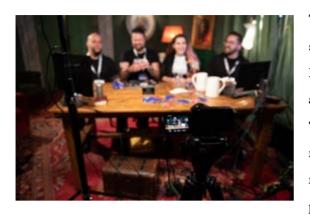


Il 2021 è l'anno del ritorno su Twitch per Lucca Comics & Games. La piattaforma, nel 2021, ha registrato una imponente crescita con oltre 2,5 milioni di persone connesse in live, con più di 7 milioni di streamer. L'età degli utenti varia a secondo del contenuto, ma copre una fascia che va dai 13 ai 34 anni. Il festival digitale ha, perciò, assunto una importanza centrale per soddisfare l'esigenza della

generazione Z e dei millennials di approfondire contenuti su Twitch legati a videogioco, fumetto, manga, gioco di ruolo e da tavolo, film, serie tv, musica.

Lucca Comics & Games Show nel 2021, dopo la pandemia, ha rimodulato la sua vision costruendo un vero e proprio festival nel festival, armonizzato con i contenuti della manifestazione e capace di ampliarne pubblico e opportunità. Tre host d'eccezione come Kurolily (con oltre 174.000 follower su Twitch), CKibe (oltre 52.000 follower su Twitch) e Claudio di Biagio (113.000 follower su Instagram e recentemente approdato su Twitch) hanno condotto gli utenti connessi in un viaggio attraverso la manifestazione con oltre 50 ospiti, tra cui Frank Miller, il cast di "The Witcher", Pow3r, Gabriele Mainetti, Maccio Capatonda, Caparezza e molti altri, per ben 2413 minuti di diretta live in 4 giorni con una crescita organica sul canale del 500% rispetto al 2019.





Tutto ciò all'interno di uno studio d'eccezione allestito presso l'Atelier Ricci, nel cuore della città di Lucca, riletto in chiave digitale per ricostruire un ambiente coerente con il modello comunicativo di Twitch. I principali obiettivi sono stati: congiungere fisico e digitale in una rilettura phygital della manifestazione, raggiungere il pubblico che non poteva essere presente a causa delle restrizioni do-

vute alla pandemia tenendo vive le community nel rispetto dei valori di Lucca Comics & Games, garantire contenuti extra per gli appassionati offrendo un asset culturale e di intrattenimento ulteriore alla manifestazione, agli stakeholder e alle aree culturali di riferimento e infine offrire agli ospiti un'occasione ulteriore per comunicare con le proprie community attraverso un'experience che permettesse loro di entrare reciprocamente in connessione.

È ripartito così a pieno regime il canale Twitch di Lucca Comics & Games, che sarà attivo e veicolo di narrazione e storytelling 12 mesi l'anno grazie all'accordo di co-brandizzazione con le Librerie Feltrinelli.

#### ATTIVITÀ IN ITALIA - CAMPFIRE



Un festival diffuso, ma non solo... Il 2021 è stato un anno ancora fortemente impattato dalla situazione pandemica, seppur con maggiori margini di manovra rispetto all'anno precedente. La situazione emergenziale ha lasciato spazio ad una "nuova normalità" e per questo il programma Campfire ha dovuto evolversi rispetto all'edizione 2020, con l'o-

biettivo di modellarsi sempre più verso un progetto di sistema e non solo più un qualcosa legato ad una esigenza transitoria. A guidare il progetto Campfire 2021 sono stati i 5 valori di Lucca Crea, sublimati nell'espressione "to give back".



I Campfire nel 2021, come perfettamente centrato dal manifesto, sono stati una delle anime delle esperienze di Lucca Comics and Games 2021, assieme alle mostre ed il festival, e sono stati realizzati con lo scopo di portare Lucca Comics and Games a tutto il pubblico che non avrebbe potuto usufruire del festival nella sua forma classica. Al fine di offrire questa esperienza nelle forme e nelle modalità che garantissero la **massima sicurezza** ed il miglior benessere per tutti gli attori coinvolti nel progetto, si è deciso che i Campfire si sarebbero "accesi" non in contemporanea al festival, ma dal fine settimana prima, determinando così un evento che si è svolto sul territorio nazionale in 122 Campfire dal 22 ottobre al 01 novembre 2021.

Un evento le cui attività sono state una sinergia tra le proposte dei singoli Campfire e le proposte che Lucca Crea, grazie ai suoi partner, ha potuto offrire, per un totale di oltre **550 event**i, con un footprint di oltre 18000 persone. A completamento dell'esperienza Campfire 2021, oltre eventi ed attività, la **Bag** of Lucca 2021, che ha provato a portare nei Campfire l'esperienza di acquisto esclusivo tipico della parte festivaliera.



I Campfire. I Campfire nel 2021 sono stati 122, contro i 115 del 2020, con un tasso di riadesione di quasi il 90% rispetto all'edizione del 2020 e con un crescente numero di richieste di adesioni da parte di nuovi soggetti. Si conferma anche per il futuro la volontà di aumentare la rete dei negozi aderenti, non solo in termini meramente quantitativi, ma

anche e soprattutto coinvolgono tipologie di negozi non per forza puramente di settore. L'altro aspetto dovrà riguardare il rafforzamento a livello territoriale, al fine di garantire la maggiore accessibilità possibile al pubblico.

Bag of Lucca. Una delle componenti principali dell'esperienza Campfire, si conferma la Bag of Lucca, che nel 2021 si è strutturata sempre di più come oggetto esclusivo dedicato al pubblico dei Campfire. Realizzata in soli 5000 esemplari, era acquistabile unicamente sul sito di Lucca Comics & Games 2021 ad un costo di 12,00 € e ritirabile soltanto nei Campfire nei giorni dell'evento. Grazie ai partner



coinvolti, la Bag of Lucca 2021 ha offerto al suo pubblico un mix di prodotti in esclusiva, anteprime, demo ed esperienze online. L'elemento dell'esclusività sarà sempre di più in futuro quello che guiderà la composizione della Bag of Lucca per le successive edizioni. A supporto del "to give back" al nostro pubblico che non ha potuto partecipare al festival nel 2021, l'acquisto della Bag of Lucca darà la possibilità di ottenere un biglietto ridotto per l'edizione 2022 di Lucca Comics and Games.



Contenuto della Bag of Lucca 2021. Albo "Gli Eterni" in edizione limitata Campfire disponibile SOLO nella Bag of Lucca 2021; "La Pietra Fantasma" mini caso (22 carte) di Unlock in anteprima all'interno della Bag of Lucca; Fascicolo che racchiude i primi capitoli dei romanzi Aconyte Books: "Arkham Horror – La collera di N'Kai", "Descent

- Il Destino di Fallowhearth", "Arkham Horror – L'Ultimo Rituale"; 2 demo deck di Yu-Gi-Oh; Albo contenente le prime dieci pagine di "Riae, Vita da Modella" (Poliniani Editore) con copertina disponibile SOLO nella Bag of Lucca 2021; Esclusiva cartolina di Tokpo Revengers contente un codice di 48 ore per accedere gratuitamente a Crunchyroll Premium; Manga J-Pop in edizione esclusiva Campfire, disponibile SOLO nella Bag of Lucca 2021. Il volume, di 192 pagine, presenta il primo intero capitolo di 3 manga Shueisha: Hell's Paradise / Jigokuraku (il cui atteso anime sarà trasmesso a inizio 2022); Kowloon Generic Romance; Yozakura Family; Cartolina A5 con illustrazione originale, e disponibile solo nella Bag of Lucca 2021 di Simple & Madama di Lorenza Di Sepio; Esclusiva cartolina di Matrix offerta da Warner Bros., contenente un codice sconto per acquistare il primo film della saga su Chili; Cartellina contenente un'illustrazione realizzata da Roberto Recchioni che anticipa l'uscita del Gioco di Ruolo Campfire, di cui è autore e che sarà pubblicato prossimamente da Need Games; Card, Spilla e Booklet Campfire.

Partner: Asmodee Italia, Audible, Crunchyroll, Hasbro, J-Pop, Need Games, Panini Comics, Ravensburger, Star Comics. Con la collaborazione di: Federludo, dVinci/Ghenos, Manicomix, MS Eventi, Poliniani Editore, POPStore, Star Shop, Tunué, Warner Bros.



**Eventi Campfire 2021.** Nei **122 Campfire** sparsi in tutta Italia si sono svolti oltre 550 eventi, tra tornei, dimostrazioni, anteprime, incontri con gli autori, e molto altro.



L'edizione speciale di Ticket to Ride dedicata alla Commemorazione del Milite Ignoto è stata protagonista anche nei 122 Campfire di tutta Italia I Campfire sono stati teatro anche dei festeggiamenti del Centenario del Milite Ignoto; infatti in oltre 50 Campfire era disponibile l'Edizione Celebrativa del Milite Ignoto di Ticket To Ride, un'edizione realizzata in pochissime copie, non destinate alla vendita, che gli appassionati hanno potuto ammirare e provare nei giorni della celebrazione. Lo scopo dell'edizione del 2021, come quello più ampio del Progetto Campfire, è quello di offrire un'esperienza complementare a quella del Festival e delle mostre quanto più fisicamente vicina possibile al pubblico che negli anni ha supportato e creduto nella manifestazione.

Questa volontà si è anche tradotta nel cercare di offrire prodotti in esclusiva alla clientela dei Campfire aderenti. Purtroppo, le crisi di materie prime e le problematiche logistiche globali hanno reso questo aspetto più difficoltoso e di portata più limitata rispetto a quello originariamente voluto, ma resta un'area di sviluppo e di priorità su cui credere ed investire negli anni futuri.









#### 4.2. ASPETTI TECNICO-ECONOMICI

Il presente documento raccoglie i Traguardi Tecnico Economici, che ha raggiunto il team che si occupa di Sales & Partnership, sia in termini Economici, che tecnici, di Lucca Comics & Games.

L'attività Sales di Lucca Comics & Games non è mai fine a se stessa; infatti ogni stand, ogni espositore e persino ogni prodotto che il visitatore può acquistare durante il festival è esso stesso contenuto culturale, manifestazione e possibilità per chi viene a Lucca di poter custodire un ricordo unico e indimenticabile.

### I'FNIZIONE DELLA RIPARTENZA



Tornare ad un'edizione fisica della manifestazione era la sfida del 2021, ma l'impresa più grande è stata quella di ridisegnare l'evento, partendo non come di consueto dai sempre ottimi risultati dell'edizione precedente, ma dal cosiddetto "foglio bianco", oltretutto con le regole del gioco completamente stravolte dai quasi due anni di pandemia. E

tenere l'equilibrio fra incassi e spese, in queste condizioni, ha richiesto uno sforzo notevole in termine previsionali e di check point.

Per raggiungere questo equilibrio è stato necessario tenere i listini per gli espositori e i costi del ticketing per il pubblico analoghi al 2019, creando una proposta ridotta spazialmente e sacrificata, negli spazi degli editori, della componente di ingaggio principale del pubblico, che abbiamo dovuto ripensare completamente: le sessioni dei firmacopie degli autori di fumetto e le dimostrazioni di giochi per il mondo del gioco da tavolo e di ruolo.

La strategia del posizionamento delle aree ha quindi portato ad un netto allargamento degli spazi, con il ritorno dell'utilizzo del Palazzetto dello Sport e la grande novità del Polo Fiere, nonché evitando di creare distretti troppo densi di contenuti e attività, come – a titolo esemplificativo – il "quartiere" che aveva al centro piazza Napoleone, che è stato alleggerito delle zone circostanti.



Inoltre, tutte le localizzazioni erano ad accesso con ticketing, per adempiere alle normative anti-Covid.

Comics	Piazza Napoleone (Editori Fumetto)		
	Piazza San Michele (Star Comics)		
	Palazzetto dello Sport (Fumetterie e Tavole Originali)		
	Agorà (Self Area)		
	Ex Museo del Fumetto (firmacopie)		
Games	Cavallerizza (Editori Giochi da Tavolo e di Ruolo)		
	Real Collegio (Carte Collezionabili e The Citadel)		
	Casermette San Paolino, Castello San Donato e Sotterraneo della Zec- ca (Aree Dimostrazioni e Tornei)		
Luk for Fantasy	Piazza San Martino		
	Chiesa dei Servi		
	Oratorio San Giuseppe (firmacopie)		
Videogames	Auditorium San Romano (Esports Cathedral)		
	Ex Museo del Fumetto (Riot)		
	Palazzetto dello Sport (negozi)		
Japan Town	Polo Fiere		
	Via Bacchettoni		
	Piazza San Francesco		
	Piazza San Pietro S. (Tamashii Nation)		
Music	Auditorium San Francesco		
Cosplay	Villa Bottini		
Gadget & Collectable	Palazzetto dello Sport		
Movie e Sponsor	Loggiato Pretorio		
	Casa del Boia (Amazon Prime)		









## Analisi economico-planimetrica e direzione lavori

Analizzeremo di seguito le singole aree contenutistiche della manifestazione dal punto di vista tecnico-espositivo, ricordando che i risultati molto positivi sono dovuti a quanto realizzato dalle specializzazioni del team di lavoro, in ambito tecnico, legale e progettuale. Per quanto riguarda la parte planimetrica, questa versione light ha visto impegnare circa il 30% degli spazi, rinunciando inevitabilmente all'ammiraglia "Carducci". Interessante la valutazione che nonostante la manifestazione fosse in forma ridotta il valore delle sponsorizzazioni è stato analogo al 2019, a dimostrazione del valore del marchio Lucca Comics & Games, che quest'anno ha visto anche la realizzazione di un sito dedicato all'universo di tutte le operazioni "a brand" LC&G.

IL MOTORE DELLA MOSTRA MERCATO: COMICS & GAMES



Ridisegnare la mappa della città mantenendo la coerenza espositiva è stata la sfida in assoluto più performante. Il compito da portare a termine è stato quello di trovare aree congrue alle necessità degli espositori presenti (tema su cui il team ha lavorato nella prima parte dell'anno), rispettando allo stesso tempo la normativa atta a permettere la

fruizione delle stesse in totale sicurezza da parte dei visitatori presenti. In tal senso, il mondo Games ha dovuto rinunciare al Padiglione che da sempre lo caratterizza, il Padiglione Carducci; tuttavia, questa scelta ha permesso all'azienda e agli espositori di esplorare nuove location e nuove opportunità sfruttando altre aree del centro cittadino.

Nello specifico, l'area Games è stata suddivisa fra il palazzo del Real Collegio, l'edificio dell'Ex Cavallerizza e un padiglione adiacente denominato Padiglione San Donato. Nello spazio del Real Collegio hanno trovato collocazione gli espositori del Trading Card Game e dell'area di The Citadel, tipicamente collocata sulle mura e dedicata al Gioco di Ruolo dal Vivo, fra i quali sono da menzionare realtà come Le Rune, Medioevo e Feudalesimo e Libertà. Importante anche la presenza di nuove realtà come Topps, che ha scelto di partecipare a Lucca Comics & Games per la prima volta nonostante l'annata



non particolarmente facile. Gli espositori di Giochi da Tavolo e Giochi di Ruolo, invece, hanno animato gli spazi dell'Ex Cavallerizza; tra questi alcuni dei più importanti editori del settore: **Asmodée Italia**, **Giochi Uniti**, **Dv Giochi-Ghenos**, **Gate on Games**, **Need Games**. Di spicco all'interno della Cavallerizza la presenza di **Bandai Namco**, unico publisher del mondo Videogames collocato nell'area.



Il tour inaugurale con il Ministro Dadone nel padiglione Comics di piazza Bernardini

Il mondo Comics, a seguire, ha visto l'eliminazione di tutta l'area espositiva di Corso Garibaldi, abituale sede delle fumetterie, l'eliminazione del padiglione in Piazza del Giglio e dei monografici in zona Passaglia, nonché la sensibile riduzione dell'area espositiva del padiglione Napoleone stesso. Le Fumetterie e gli espositori di Tavole Originali sono stati trasferiti per l'occasione, in piena "Operazione Nostalgia", all'interno del Palazzetto

dello Sport, storica sede della manifestazione negli anni ottanta e novanta, contribuendo a creare, insieme a numerosi espositori di Gadget e Videogames, localizzati in tendostrutture adiacenti al Palazzetto, un nuovo polo di attrazione che ha incontrato il favore dei visitatori. I maggiori player dell'editoria del fumetto, hanno quindi sfruttato la possibilità di essere presenti con monografici dedicati e delocalizzati, come **Star Comics** in Piazza San Michele e **SaldaPress**, **Shockdom**, **Coconino**, **Becco Giallo** in Piazza Bernardini. Altra novità la nuova localizzazione della Self Area, storico riferimento delle autoproduzioni, che ha trovato con buona probabilità la sua nuova sede per i prossimi anni, nel bellissimo spazio del chiostro interno dell'Agorà, e locali annessi.



Il padiglione Napoleone, sebbene si sia visto privare di spazi importanti, è riuscito a risultare come sempre, il fulcro di Lucca Comics, grazie alla presenza di gruppi editoriali di primaria importanza quali Feltrinelli, J-Pop BD, Tunuè Il Castoro, Bao Publishing, Oblomov, Bugs, oltre a tutti gli altri numerosi editori, tra i quali spiccano alcune nuove realtà emergenti.



Nella linea delle nuove adeguatezze, la gestione in sicurezza delle lunghe file che negli anni precedenti si formavano di fronte ai principali autori di fumetto all'interno del Padiglione Napoleone ha portato a realizzare, all'interno dell'area dell'Ex Museo del Fumetto, trasformato per l'occasione nel "Palazzo delle Dediche", uno spazio dove il pubblico potesse incontrare i propri autori e artisti preferiti in tutta sicurezza per delle sessioni di firmacopie.

IL NUOVO JAPAN AL POLO FIERE



Il riassetto generale delle aree espositive ha permesso di valorizzare il Polo Fiere, che ha ospitato per la prima volta una parte importante della manifestazione: la Japan Town, l'area dedicata specificamente al mondo giapponese. Come nelle edizioni passate, si è confermata la partecipazione delle più importanti realtà legate al mondo orientale e in particolare a quello delle figures da collezione. L'utilizzo del Polo Fiere ha permesso altresì di accentrare tutti gli espositori di categoria in un'unica area espositiva, andando a colmare il difetto per

cui, nelle passate edizioni, risultavano essere più delocalizzati a causa della ridotta capacità espositiva del Giardino degli Osservanti, centro del mondo Japan fino al 2019. Tra queste realtà è d'obbligo nominare Anime Import, Cosmic Group e AOI Clothing, espositori dal forte appeal. L'area espositiva è stata inoltre arricchita dall'allestimento di un giardino in stile giapponese decorato con piante, fiori e statue dal sapore orientale, con l'obiettivo di far vivere con maggiore intensità ai visitatori l'atmosfera Japan che caratterizza l'area.

Come sempre presente il palco che ha ospitato le molteplici e colorate attività del **Japan Live**, che hanno ravvivato l'esperienza dei visitatori, permettendo un loro maggiore coinvolgimento.



NARRATIVA F FNITORIA DEL FANTASTICO SBARCANO IN S. MARTINO



La presentazione della nuova area per la Narrativa e il Fantasy in piazza San Martino

Dall'impossibilità di poter usufruire del Padiglione Carducci, cuore pulsante dell'area Games & Fantasy nelle passate edizioni, il team è stato capace di trarre un'opportunità che si è rivelata vincente e soddisfacente sia per gli espositori che per i visitatori: la creazione di una nuova area espositiva. La contiguità al padiglione Napoleone, sede storica dell'editoria del fumetto, costituisce un'ideale te-

sta di ponte per ampliare l'offerta editoriale rivolta al mondo fantasy: da qui l'operazione del nuovo padiglione in San Martino. Importanti le presenze di realtà quali Mondadori, Sky Arte, Audible, Fanucci, nonché il ritorno dei contenuti di DeAgostini, che insieme ai piccoli editori hanno impreziosito con le loro attività l'area espositiva. Da segnalare inoltre la presenza di importanti artisti come Paolo Barbieri, all'interno dello stand de Lo Scarabeo Editore, di Nicoletta Costa, nota scrittrice, disegnatrice e cartoonist, di Nigel Saade e Sarah Wilkinson e dell'AIST (Associazione Italiana Studi Tolkieniani) con il suo parco artistico-editoriale.

ALTRI MONDI: UNO SGUARDO GLOBALE



Una delle operazioni principali del festival è stata quella sviluppata da **Riot Games**, che ha portato a Lucca Comics & Games 2021 la mostra dedicata ad **Arcane**, la serie animata ambientata nell'universo videoludico di League of Legends, uscita sulla piattaforma streaming Netflix il 7 novembre 2021. Ricca di bozzetti, schizzi e artwork, con 2 pezzi specia-

li realizzati a mano da altrettanti artisti e dedicati ai due personaggi protagonisti della serie, la mostra è stata allestita nell'area dell'Ex Museo del Fumetto, ed è stata oggetto di attenzione da parte di un grande numero di visitatori.





Il mondo **Cosplay** (powered by Patreon) ha trovato quest'anno la sua dimensione all'interno della bellissima location di Villa Bottini, capolavoro architettonico della città di Lucca: per la prima volta un'intera area espositiva dedicata al mondo più colorato del festival. Le sale affrescate e il giardino hanno ospitato alcune fra le più importanti com-

munity italiane, tra le quali Assassin's Creed Cosplay Italia e Terre di Mezzo Cosplayers, passando per The Winds of Winter, Ghostbusters Italia, Avengers Infinity Cosplay, X-Men Academy Cosplay, 501° Italica Garrison, Rebel Legion ed Empisa. Spazio anche la Fantasy Medievale, al mondo post apocalittico di The Walking Dead, all'Universo Harry Potter e al mondo Disney. Decine di personaggi hanno preso vita con professional photoshooting, laboratori e servizi guardaroba per godersi il Festival in tutta sicurezza. Grande successo anche per la Gara Cosplay, ospitata dall'Auditorium San Francesco e animata da interviste e tanto divertimento per un appuntamento imperdibile di Lucca Comics & Games.



Il mondo dei collectables ha avuto come presenza di spicco anche quest'anno **Funko**, che grazie ad uno stand ufficiale dedicato agli appassionati di fumetti, serie TV, film e videogiochi, posizionato all'interno del Palazzetto dello Sport, ha contribuito in maniera importante ad impreziosire l'offerta della location. Il pubblico ha potuto acquistare le ultime

novità dell'azienda americana tra cui i prodotti limited edition e gli originali zainetti Loungefly. La partecipazione è stata resa possibile grazie alla partnership con Games Academy Funside che, con oltre 25 punti vendita sparsi in tutta Italia, è oggi un riferimento per i fan italiani della pop culture.

La situazione di estrema complessità affrontata nel ridistribuire spazi e location ha purtroppo portato all'impossibilità della realizzazione di Lucca Junior, uno spazio strategicamente molto importante nell'ecosistema di LC&G, dedicato alle famiglie e ai visitatori più giovani; ovviamente questo non ha



impattato nella programmazione per i più piccoli, che è stata comunque al centro dei contenuti di LC&G 2021.

I NUOVI ASSET INSTALLATI SU LC&G: DIGITAL E CAMPFIRE



Campfire. L'attività Digital si è impreziosita della partecipazione degli streaming partner nei vari settori della manifestazione. Gli oltre 120 Campfire diffusi su tutta la penisola sono stati un asset importante della nuova Lucca Comics & Games, con

La sfida lanciata nel 2020 con Lucca ChanGes, ha

lasciato la preziosa eredità del mondo Digital e dei

Il Campfire Pass 2021

ampliamento di periodo, dato che l'attività retail di LC&G è iniziata il weekend precedente della mostra mercato.

AMAZON: L'F-COMMERCE LIFFICIALE DI LUCCA COMICS & GAMES



Lo shop ufficiale 2021

Amazon, con i suoi mondi Book, Games, Toys, Videogames, Alexa, Prime Video e Audible, si è confermato quale e-commerce ufficiale di Lucca Comics & Games, degli editori e distributori di settore, aprendo uno store completamente dedicato al Festival. Qui i visitatori, anche virtuali, hanno potuto trovare novità, anteprime e grandi classici, poten-

dosi così avvicinare al nostro poliedrico universo. Un'area del portale di e-commerce più importante al mondo è stata anche quest'anno completamente dedicata e brandizzata con l'immagine corporate di Lucca Comics & Games.



# NUMERI, SPAZI E INCASSI

AREA COMICS	2021	2019
Superficie Totale	4.485 mq	8.230 mq (7.310 mq tend.)
Pad. Napoleone	2.975 mq	
Pad. San Michele	150 mq	
Pad. Bernardini	360 mq	
Palazzetto dello Sport	1.000 mq	
Incasso	€ 329.955,00	€ 649.726,50
AREA GAMES	2021	2019
Superficie Totale	5.300 mq	9.875 mq (9.875 mq tend.)
Cavallerizza	1.000 mq	
Pad. San Donato	1.200 mq	
Pad. Palazzetto 3	100 mq	
Real Collegio (piano terra)	3.000 mq	
Incasso	€ 202.613,00	€ 693.782,50
AREA BOOKS	2021	2019
Superficie Totale	1.600 mq	
Pad. San Martino	800 mq	
Chiesa dei Servi	800 mq	
Incasso	€ 70.810,00	All'interno dell'area Games



AREA VIDEOGAMES	2021	2019
Superficie Totale	1.200 mq	5.530 mq (2.220 mq tend.)
San Romano Auditorium	800 mq	
Ex-MUF	200 mq	
Pad. Palazzetto 3	200 mq	
Incasso	€ 79.527,00	€ 616.835,00
AREA GADGET	2021	2019
Superficie Totale	1.300 mq	400 mq (400 mq tend.)
Pad. Palazzetto 1	650 mq	
Pad. Palazzetto 2	650 mq	
Incasso	€ 65.870,00	€ 70.500,00
AREA THE CITADEL	2021	2019
Superficie Totale	2.000 mq	3.070 mq (tendostrutture)
Real Collegio (primo piano)	2.000 mq	
Incasso	€ 32.900,00	€ 58.000,00
AREA JAPAN	2021	2019
Superficie Totale	6.500 mq	2.664 mq (2.464 mq tend.)
Polo Fiere	6.500 mq	
Incasso	€ 193.834,00	€ 364.421,00



AREA MOVIE	2021	2019
Superficie Totale	579 mq	1.239 mq (450 mq tend.)
Loggiato Pretorio	289 mq	
Casa del Boia	290 mq	
Incasso	€ 94.301,00	€ 250.170,00

TOTALE INCASSO LUCCA COMICS & GAMES 2021: € 1.753.635

Edizione 2019: € 3.226.872



### TOP INVESTOR

Di seguito i principali investitori endemici di Lucca Comics & Games.

	PRINCIPALI INVESTITORI 2021	SETTORE
1	Edizioni Star Comics	С
2	Manicomix Retail SRL	С
3	Anime Import	Ja
4	Edizioni BD srl	С
5	Cosmic Group srl	Ja
6	Asmodee Italia srl	G
7	La Vignarella srl	Ga
8	Tiwi srl	N
9	Giochi Uniti	G
10	Star Shop Distribuzione srl	С
11	Dynit srl	С
12	Magic Store srl	Ga
13	AOI Clothing	Ja
14	Need Games	G
15	Tunué - Il Castoro	С
16	Pianeta Hobby	Ga
17	Dal Tenda	G
18	Giangiacomo Feltrinelli Editore	С
19	Da Vinci Editrice	Ga
20	Editoriale Cosmo	С

### Legenda:

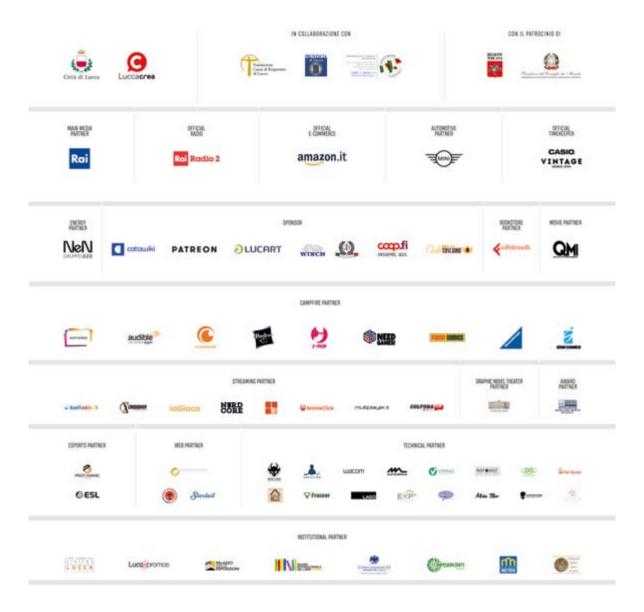
C = Comics, G = Games, Vg = Videogames, Ja = Japan, N = Narrativa, Cos = Cosplay, Ga = Gadget

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



### GLI SPONSOR

Per gli sponsor, ovviamente, le quotazioni sono state fatte come sempre sulla base di progetti ad hoc sviluppati per massimizzare i risultati dei partner (event as a service), dati gli obiettivi iniziali condivisi.



Oltre agli investimenti diretti, viene confermata la consolidata modalità operativa, attraverso la quale Lucca Crea e il partner QMI condividono i margini di manovra su specifici task, che permette di poter attrarre più realtà non endemiche, ma fortemente interessate ad investimenti mirati nella manifestazione.





**Lucart.** Quest'anno l'attività di Lucart, si è concretizzata nell'installazione di un trono per foto opportunity all'interno dell'area Japan presso il polo fiere e la brandizzazione del post di countdown antecedente l'inizio del festival.



Nen. Uno degli sponsor principali di quest'anno, la cui presenza ha permesso di realizzare una grande operazione, "La Casa Distratta", all'interno del Loggiato Pretorio di piazza San Michele, una sorta di "escape room" in cui i visitatori sono stati coinvolti con lo specifico compito di scoprire in pochi minuti tutti i comportamenti scorretti in termini di sprechi e sostenibilità.



Patreon – Club Amici del Sigaro Toscano. Patreon Approda a Villa Bottini trasformandola nella Villa Cosplay, colorando le sue sale con 4 diverse community di cosplay a tema Signore degli Anelli, Marvel, Star Wars e Assassin's Creed, una sala conferenze pronta ad ospitare i cosplayer più popolari e l'area informativa sulla piattaforma. Anche il

giardino della villa si è popolato di pagode ospitanti diverse community del panorama Cosplay, compresa quella dei Ghostbuster con l'iconica Ecto1, ma anche lo stand del Club Amici del Sigaro Toscano che ha ospitato ai suoi tavoli personaggi provenienti dai più svariati mondi della cultura pop, Wolverine compresi, a provare una svariata selezioni di sigari.

**Unicoop.** Confermata la prestigiosa e qualificante presenza del marchio Unicoop, che nel suggestivo spazio allestito "ad hoc" nel Real Collegio ha proposto la sua offerta di altissima qualità nei campi del food e del sociale, dimostrando così, ancora una volta la volontà di affiancarsi al nostro Festival.

**Casio.** In occasione del lancio del nuovo Casio A100, rivisitazione del leggendario Casio F-100, il primo orologio in resina del brand giapponese indossato da Ellen Ripley nel celebre film Alien, Casio diventa Official Time Keeper della manifestazione e lancia un'attività transmediale che prevede il coinvolgi-



mento di illustratori di punta nello scenario artistico nazionale. Quello di Casio Vintage è un viaggio che parte da un'avventura interstellare, scritta da Roberto Recchioni: una serie di strisce illustrate da Paolo Barbieri, Edvige Faini, Linda Cavallini, che vivranno sul canale Instagram di Lucca Comics & Games, il cui sviluppo sarà deciso direttamente dal pubblico. Gli appassionati hanno potuto così incontrare i quattro artisti aggiudicandosi anche una delle stampe numerate in copie limitatissime.

Mini. Mini ha rinnovato la sua partecipazione a Lucca con un progetto speciale che racconta i 20 anni della Nuova Mini in Italia. La storia di un'icona reinterpretata grazie alla creatività e l'immaginario di Solo & Diamond, due street artist romani che hanno realizzato per l'occasione un'opera incentrata sulla MINI John Cooper Works. L'opera è stata esposta presso il Palazzetto dello Sport, contribuendo così ad arricchire l'offerta non endemica dell'area espositiva.



Da sinistra: L'Assessora alle Attività Produttive del Comune di Lucca Chiara Martini, l'Assessore Regionale alle Attività Produttive Leonardo Marras e il Consigliere Regionale Mario Puppa in Piazza Napoleone davanti alle transenne brandizzate Toscana Promozione

Toscana Promozione. Per la prima volta Toscana Promozione ha supportato Lucca Comics & Games, attraverso visibilità onsite sul padiglione Napoleone, sul portale appositamente sviluppato nella nuova conformazione del grande padiglione degli editori di fumetto, con brandizzazione dedicata sul padiglione dedicato alla narrativa in piazza San Martino e nell'area gadget e collezionismo al Palazzetto dello Sport.



### IL TICKETING



La homepage del sito avvisa dei biglietti sold-out

Inevitabilmente, questa edizione "light" di LC&G, sia per la dimensione ridotta della manifestazione, sia per la capienza dei singoli spazi (ridotta a causa del distanziamento per le norme anti-Covid), non ha permesso di andare oltre i 22.500 biglietti al giorno. La ridotta disponibilità, nonché l'entusia-smo dei visitatori di tornare al festival lucchese, ha portato ad un successo strepitoso della vendita dei biglietti, che sono andati **sold-out** in soli 6 giorni

dopo l'apertura delle biglietterie. Un acquisto che ha dimostrato tutta la fiducia dei fan, che hanno deciso di partecipare prima di conoscere il palinsesto espositivo e contenutistico del festival.

IL PROGETTO "LEVEL UP"



Il badge esclusivo Level Up by Giovanni Timpano

Il Level Up nasce come abbonamento five-dapspremium dedicato ad un pubblico "super fan" di
Lucca Comics & Games, che permetta di viverla ad
un livello esperienziale approfondito e maggiormente fruibile nei contenuti e servizi, visitando al
contempo meravigliosi palazzi lucchesi, altrimenti
inaccessibili, che si trasformano per l'occasione
nelle aree relax accessibili a Level UP ed ospiti. Anche quest'anno è stato un successo: sold out dei 150
biglietti messi in vendita nell'arco di soli 10 minuti;
i "Level Up Fan", oltre ad una welcome bag dedicata, hanno la possibilità di saltare le file ai padiglioni, di poter prenotare i posti per gli incontri più
importanti del festival, partecipare ad esclusive
colazioni e aperitivi con gli ospiti di Lucca Comics



& Games, rilassarsi nell'area relax lounge dedicata situata nello storico Palazzo Tucci, vivere un tour guidato di tutte le aree del festival usufruendo di navette dedicate per raggiungere le location al di fuori del centro storico.

### IL RAPPORTO CON LE AGENZIE E GLI OUTSOURCING

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



## Campfire. Anche quest'anno la gestione del punto shop ufficiale della manifestazione, nonché la produzione e la vendita del merchandising, è stata condotta da Ka-Mi-La Design, che ha apportato delle migliorie in particolar modo nell'assortimento degli oggetti messi in vendita.

Ka-Mi-La - il partner per il merchandising e dei



I 4 bicchieri in edizione limitata

Ristogest – il general contractor food. Il "food" è componente essenziale di ogni manifestazione ed i nostri punti ristoro sono stati gestiti con la consueta professionalità da Ristogest, che ha accompagnato Lucca Comics & Games nella realizzazione di un servizio nelle principali aree della manifestazione: Palazzetto dello Sport, Polo Fiere e Cavallerizza. La grande novità sono stati i token di Lucca

Comics & Games, validi in tutti i punti ristoro della manifestazione. Per il terzo anno consecutivo, confermata l'operazione legata al rispetto dell'ambiente: i Ristocup, bicchieri brandizzati LC&G da poter riutilizzare per tutta la durata di LC&G.



### FUNZIONI TECNICHE: IDEAZIONE, PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E LOGISTICA

La necessità di organizzare l'evento in meno di quattro mesi ha portato il team di lavoro ad una necessaria riduzione delle tempistiche di produzione del festival. Una scelta a monte molto precisa, per evitare che un'eventuale recrudescenza del virus potesse portare a impegnare economie in modo troppo anticipato.



Il pubblico in attesa di entrare nel padiglione, un'apposita transennatura delimita l'area per lo sviluppo delle file

Inevitabilmente sono stati privilegiati gli spazi monumentali, pur mantenendo strutture simboliche come quella di piazza Napoleone (riprogettata per l'occasione per una migliore gestione delle file di ingresso) e come quella del piazzale della Cavallerizza, che ha accolto il mondo di Lucca Games.

A livello di logistica, il magazzino e la funzione di carico/scarico è stata sviluppata nell'ambito degli spazi del Palazzetto dello Sport, e sono state svi-

luppate delle aree di smarco dei biglietti (l'acquisto quest'anno non prevedeva l'invio a casa del braccialetto) che, salvo la prima mattina, ovvero nel momento di maggior afflusso del pubblico, hanno funzionato in maniera ottimale.









### 4.3. COMUNICARE LUCCA COMICS & GAMES

NUOVO SITO BRANDING

Nel 2021 la galassia di siti gravitanti attorno a Lucca Comics & Games è stata razionalizzata ed estesa. Il primo tassello è un nuovo sito "brand", raggiungibile all'usuale indirizzo www.luccacomicsand-games.com che, al posto di indirizzare all'usuale sito festivaliero rinnovato ogni edizione, racchiude oggi tutte le attività, gli eventi e i progetti che afferiscono, in un modo o nell'altro, all'universo LC&G. Il sito è pensato sia per posizionare Lucca Comics & Games non solo come festival periodico ma come ecosistema allargato, attivo tutto l'anno con le sue attività; sia, per fornire una mappa semplice ed immediata di detto ecosistema.

NUOVO SITO LC&G

Il 2021 ha visto anche una revisione del website di edizione, per adeguarlo alle nuove logiche post pandemiche. Il sistema ha visto lo sviluppo di un nuovo CMS e di un nuovo backend dinamico che permettesse la gestione integrata dei nuovi asset sviluppati in periodo Covid come il progetto Campfire, le attività digitali, i contenuti Rai e quelli Amazon, integrandoli alla fiera fisica. Potenziata la sezione delle Novità, per permettere la valorizzazione delle varie categorie di prodotti presentati in fiera, e un'area con la scheda degli espositori presenti. Le storiche sezioni sono state trasformate in Highlights, pagine che evidenziano e "pinnano" di volta in volta contenuti top estratti dalle sottopagine del sito, per minimizzare lo sviluppo dei contenuti editoriali di sezione, e compensare l'impossibilità di creare quest'anno sottopagine con quantità di informazioni simili. Il restyling grafico minimizza l'impatto dell'immagine dell'Affiche, ma la sezione Poster si focalizza adesso sia sull'immagine che sulla missione di intenti culturali che essa rappresenta.

NUOVO SITO LC&G AWARDS

Nuovo pianeta nel sistema di LC&G è il sito dei Lucca Comics Awards, che si affrancano dal festival per acquisire autonomia e visibilità propria. Il nuovo sito va ad affiancarsi ad altri già attivi, come quelli del Gioco dell'anno e del Lucca Project Contest, ad arricchire l'ecosistema di siti dedicati ai riconoscimenti di Lucca Comics & Games, ancora in sviluppo.



### L'IMMAGINE COORDINATA



"Quest'anno, ancora più che lo scorso, Lucca Comics & Games diventa un fuoco di Gondor, una luce di speranza dopo un periodo difficile, che ci ha allontanati dalla fisicità di Lucca città. Questa nuova edizione del Festival, che si riappropria dei luoghi che l'hanno vista nascere e crescere, dal Palazzetto dello Sport a Piazza Napoleone, è un tornare a 'riveder le stelle', come direbbe il Sommo Poeta. E a dare vita al manifesto di Lucca Comics & Games 2021 serviva un Poeta del pennello, un Moschettiere, un Lord of the Ring, ma soprattutto un Amico della manifestazione che ci ricordasse quanto è bello ritrovarsi a Lucca per condividere con tutti voi quei passatempi umanistici che ogni anno ci fanno riunire in questa magica città."

"Per raccontare la visione poetica che quest'anno lega Lucca Comics & Games a Dante e al suo viaggio con Virgilio attraverso le tenebre dell'Inferno, avevamo bisogno di un autore che potesse raccontare il viaggio avventuroso del Festival, col suo colorato armamentario di cosplayer e con la sua mitologia di draghi e di astronavi, sposandola al carico di letteratura e di mito che vive alla poesia di Dante Alighieri. Abbiamo individuato in Paolo Barbieri l'artista ideale per raffigurare il manifesto di Lucca Comics & Games 2021. Oltre a collaborare insieme da oltre dieci anni, prima con i Moschettieri poi



con i Lords for the Ring e La Ruota del Tempo di Fanucci, Paolo è un amico della manifestazione, che frequenta dal 2011 come ospite fisso dell'Area Performance, dove ci ha regalato brillanti emozioni racchiuse in tratti di olio su tela".



"Era un giovedì sera. Ricordo di aver ricevuto un messaggio di Emanuele Vietina che mi chiedeva se potessimo sentirci al telefono. Ero di fronte a un hamburger che dovette aspettare il tempo di quella telefonata. Emanuele mi raccontò della filosofia della nuova edizione di Lucca Comics & Games per poi chiedermi se fossi disposto a realizzare il poster per il 2021. Ho deciso, quindi, di disegnare una strada sospesa nel cielo che ci conduce verso un Dante che, aprendosi la veste rossa, mostra questa Lucca fantastica che apre i suoi luoghi al Festival. Questa strada erbosa, sospesa in mezzo ad altre rocce volanti porta quindi al regno della fantasia,

con Lucca intesa come una vera porta dell'Immaginazione che ci introduce nel suo mondo, che a modo mio ho cercato di creare per riprodurre il senso di meraviglia del mito di Dante".

### COMUNICAZIONE DIGITALE

Tra gli highlights dell'attività social inerente l'edizione 2021 si segnalano:

- Consolidamento e crescita della strategia
- Attivazione di un team capillare a supporto delle partnership e delle campagne istituzionali
- Consolidamento e incremento della copertura live
- Incremento della produzione grafica dedicata ai social
- Particolare attenzione alle Mostre, a Casio e al progetto Milite Ignoto in collaborazione con il Ministero delle politiche giovanili
- · Live posting di conferenze stampe e eventi



Dal 1 settembre al 30 novembre sono state prodotte più di 500 stories realizzando attività ad hoc per i campfire, per le mostre e per l'area sales di Lucca Comics & Games.



Questo ha portato ad un **aumento dell'engagement** della community, ad una maggior soddisfazione dei partner che hanno visto i propri contenuti presenti nelle bacheche dei vari network e una comunicazione di attività realizzate con le Istituzioni senza precedenti, con il progetto legato alle commemorazioni del **Milite Ignoto** in testa a tutte.

Tutte le verticali di settore sono state coperte, con un incremento anche della copertura live di tutto il festival.

- + 7.000 follower/anno su Facebook (dati organici)
- + 12.000 follower/anno su Instagram (dati organici)
- + 980 follower/anno su Twitter (dati organici)



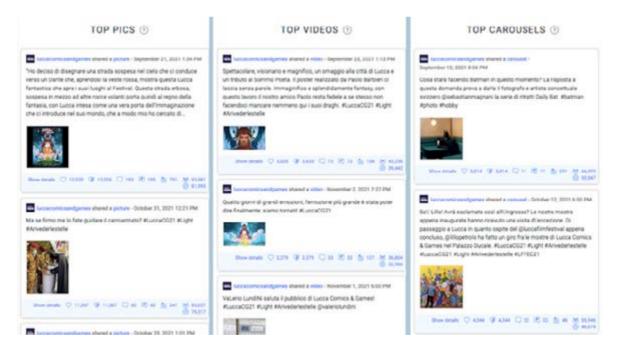
Il mondo cosplay nell'universo di Lucca Comics & Games diverte e intrattiene la community.







Hype e grande successo per la presentazione del poster creato da Paolo Barbieri come immagine e come video. Poster, Ghostbuster e cosplay riscontrano l'affetto della community.



Grande attesa per il ritorno in presenza a Lucca Comics & Games: la conferenza stampa nazionale in diretta social conferma l'interesse della community.





### TOP VIDEOS ①



Il poster, il ritorno in presenza e l'evento dedicato a The Witcher sono i contenuti preferiti su twitter.

Il sito www.luccacomicsandgames.com, nel periodo 1 settembre – 1 novembre 2021, ha registrato:

- + 65,41% di utenti rispetto all'edizione precedente;
- +64,32% di sessioni rispetto all'edizione precedente;
- +58,74% visualizzazioni di pagina rispetto all'edizione precedente;

Questi dati sono maggiori durante i giorni del festival.

Sia in questa edizione sia nella precedente sono maggiori i nuovi visitatori rispetto a quelli di ritorno. Inoltre il volume di utenti e di traffico è abbastanza costante nel periodo preso come riferimento, per poi aumentare nei giorni di svolgimento della manifestazione.

Le pagine che hanno avuto maggiori sessioni sono:

- Homepage
- Biglietti
- Program

Rispetto al 2020 ci sono state delle differenze sulle sorgenti di traffico:

- sono aumentati gli utenti da Google (+39,43%),
- sono diminuiti gli utenti da Direct (-34.2%),
- sono diminuiti gli utenti da Newsletter (-1%).

Come nell'edizione precedente, la newsletter che ha portato la maggior parte di traffico sul sito sono state quelle dei 30 giorni prima della fiera: gli utenti sono interessati alle ultime novità in vista del festival.



Per quanto riguarda i Social Network, in particolare rispetto all'edizione precedente:

- sono diminuiti gli utenti provenienti da Facebook (-7,7%),
- sono aumentati gli utenti provenienti da Instagram (+20,6%),
- sono diminuiti gli utenti provenienti da Twitter (-1,7%),
- sono aumentati gli utenti provenienti da YouTube (+0,6%).

Andando ad analizzare la homepage delle due edizioni, è possibile evidenziare un trend positivo in termini di utenti e visualizzazioni.

Nello specifico si può vedere come nel 2021 siano:

- aumentati gli utenti (+73,76%)
- aumentate le visualizzazioni totali di pagina (+65,68%)
- è aumentato il tempo medio sulla pagina di 21 secondi.

Da questi valori si può intuire che sia aumentato il numero di utenti interessati alla nuova edizione, e questi hanno visitato il sito per conoscere tutte le novità e gli eventi riguardanti il festival.

La newsletter più aperta è stata quella riguardante i biglietti, seguita dalle altre newsletter di ottobre, precedenti i giorni della fiera.

Gli utenti hanno interagito con le pagine, soprattutto con quelle del Programma con la ricerca tramite filtri.

Sono state visualizzate in prevalenza le pagine dedicate ai programmi Rai, delle mostre, delle novità editoriali e dei Campfire.

Sono state apprezzate le pagine dedicate ai Level Up e ai Progetti Speciali, così come a quelle di Twitch e di Amazon.



### COPERTURA STAMPA E MEDIA VALUE



Il 2021 ha segnato una nuova crescita dei dati della stampa, che ha potuto seguire il festival anche fisicamente, garantendo così una copertura fatta anche di immagini e dirette da Lucca. Nel periodo che va dal 4 ottobre al 15 novembre, la media evaluation italiana (AVE: Advertising Value Equivalent) di Lucca Comics & Games è pari a 9.150.580,00 euro. Si stima che il dato sarebbe più alto se nel periodo fosse stata inclusa anche la conferenza stampa del 20 settembre e la conseguente attività stampa. Si registra un +27% rispetto al 2020 (anno pandemico che ha visto nascere Lucca Changes, il nuovo festival ideato sulla scia Lucca Comics & Games) con una crescita maggiore dell'esposizione su Stampa cartacea (+117%) e Tv (+137%); più contenuto, invece, l'aumento della copertura Web (+16%). Cresce anche il dato di OTS (opportunity to see), con un +11% rispetto al dato 2020. La valorizzazione economica della copertura generale segnala una crescita del +131%, aumento trainato da un maggiore spazio/attenzione da parte di testate nazionali quali La Repubblica (suppl. Robinson), Corriere della Sera (suppl. La Lettura), di testate nazionali quali Quotidiano Nazionale e di testate locali come La Nazione ed. Lucca e Il Tirreno ed. Lucca.

Per la Tv si registra un maggior spazio da parte di emittenti nazionali, in primis Rai4 (Wonderland, con speciali dedicati al festival), poi - tra gli altri - di Rai1, Rai3, Italia 1, Sky TG24 e tg regionali (Rai3 Toscana).

I lettori complessivi della carta stampata si attestano a 42.267.000; i secondi di presenza sulle radio e TV nazionali sono pari a 20.982 mentre gli articoli su testate web sono circa 2.200.

### NAZIONALE

La copertura della stampa nazionale è stata molto buona e costante. Oltre ai servizi e agli speciali delle testate RAI (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 5, Rai 4, Rai Cultura, Rai News), anche altre emittenti come Italia 1 – Studio Aperto, il TG5, Sky TG24, e le agenzie di stampa hanno seguito il festival. I quotidiani e i



siti di informazione con impatto nazionale hanno dato più spazio alla manifestazione. In particolare si segnalano le pubblicazioni del Corriere della Sera, La Lettura, Robinson, laRepubblica, che hanno pubblicato articoli e servizi ma hanno anche condiviso sui portali online alcuni degli appuntamenti ufficiali del festival. Il Corriere della Sera il 22 settembre 2021 ha pubblicato un bell'articolo titolato "In presenza e nel segno di Dante torna Lucca Comics & Games" e ha poi continuato a raccontare il festival con articoli e approfondimenti pubblicati su La Lettura dedicati al mondo del fumetto e del videogioco, tra cui una colonna sula mostra dedicata ad Arcane "Due Sorelle, due città: il gioco diventa serie" (28 ottobre).



laRepubblica ha dato ampio risalto alla collaborazione fra Lucca Crea, le Gallerie degli Uffizi e il Ministero della Cultura inerente al progetto "Fumetti nei Musei" e la mostra dei 52 Autoritratti di alcuni fra i più importanti fumettisti della scena italiana, esposta in anteprima in Palazzo Ducale, nel programma ufficiale delle mostre di Lucca Comics & Games prima di entrare nella collezione del-

le Gallerie degli Uffizi. Sempre laRepubblica, in particolare su Robinson, l'inserto domenicale dedicato alla cultura, oltre ai vari articoli scritti e documentati nella rassegna annuale, ha dedicato ampio spazio a Pau e Simone Bianchi nell'intervista uscita il 16 ottobre.



Si segnalano anche lo speciale di Best Movie dedicato completamente a Lucca e le due uscite su Wired del 2 e del 3 novembre dedicate rispettivamente a "I migliori giochi da tavolo visti a Lucca Comics & Games" e "Il ritorno dei librigame, un cult degli anni '80" e Badtaste.it che il 1 novembre ha dedicato un pezzo a "Arcane: la mostra della serie di League of Legends a Lucca Comics & Games!"



INTERNAZIONALE

Ottima la copertura stampa internazionale. Lucca Comics & Games è infatti stato ripreso da TV, Radio, Online, Agenzie straniere.

































UK, US, FRANCE, GERMANY, RUSSIA, CHINA, SPAIN, PORTUGAL, LATIN AMERICA, EUROPE, WORLDWIDE

La BBC ha prodotto diversi articoli per raccontare la partnership con il Museo degli Uffizi, bipartendo gli spazi dedicati dedicati al festival e al museo, raggiungendo milioni di radioascoltatori.

L'Associated Press ha dedicato alla manifestazione una visibilità senza precedenti. La notizia dell'avvio di Lucca Comics & Games è stata rilanciata nei servizi spagnoli e inglesi, su Euronews in onda in diversi paesi dell'Unione Europea.

The Times, Metro Paper, El Correo, Rossiyskaya Gazeta (Российская газета), Forbes, ABC News, Yahoo, Glasgow Times, God Literatury, Radio China International, El Clarin e moltissimi altri media dedicati al fumetto, ai giochi e alla fantascienza negli Stati Uniti hanno pubblicato interviste con Frank Miller o con Roberto Saviano, mentre VARIETY ha inserito Lucca Comics & Games tra i festival internazionali da non perdere.







Presenti a Lucca anche corrispondenti dalla Germania, dalla Francia, seppure non sia stato organizzato un press tour come avvenuto nel 2019.





**LOCALE** 

Eccezionale il lavoro della stampa locale, che ha seguito e raccontato il festival con costanza e capillarità. I pezzi ripresi dalla stampa locale hanno avuto risonanza anche a livello nazionale, portando lustro e ulteriore notorietà alla città di Lucca. Ancora una volta molti dei servizi realizzati dalle redazioni locali sono serviti al montaggio e alla copertura di quelli nazionali, in un perfetto spirito di collaborazione.

Si segnala una buona copertura sia della Nazione sia del Tirreno e un'ottima copertura delle mostre di Palazzo Ducale con servizi TV andati in onda su TGR Toscana, Italia Sette, Sky tg24, Tg3, Tg2, Tg1, Rai News 24, Noi TV.

### VERTICALI DI SETTORE

Le testate di settore, prevalentemente online, così come i blog, i gruppi e le community hanno seguito le attività di Lucca Comics & Games, seppure vi sia possibilità di avere maggior penetrazione. Il lavoro avviato con queste realtà è prevalentemente basato sulle relazioni e il coinvolgimento, più che su un tradizionale lavoro di ufficio stampa. Inoltre non è quantificabile economicamente, a differenza delle uscite sui media rilevati da Eco della Stampa.



Si segnalano in particolare: le uscite di Cultura POP dedicate a "Il gioco di Ruolo a Lucca Comics & Games" (25 ottobre), ai Campfire (19 ottobre) e al "Librogame's Land Award" (31 ottobre); Tom's Hardware con "Lucca Comics & Games 2021: tutti i motivi per partecipare alla nuova edizione" (30 ottobre); Fantasy Magazine "Tutto il Gioco di Ruolo a Lucca Comics & Games 2021 (27 ottobre) e "Dungeons & Dragons All Star Italia al Lucca Comics & Games 2021" (29 ottobre); JUST NERD con lo speciale dedicato ai Lucca



Comics & Games Awards (31 ottobre); Gioconomicon con il pezzo sul Gioco dell'Anno e sul Gioco di Ruolo dell'anno (30 ottobre). Inoltre, Orgoglio nerd ha dedicato una diretta al festival dopo la conferenza stampa del 20 ottobre; il Rinogram (aka Daniele Daccò) ha fatto un reportage da Lucca il 29 ottobre; Letture Metropolitane ha pubblicato (2 novembre) un bilancio sulla manifestazione con podcast e video su youtube inserendo un approfondimento sulle iniziative in memoria di Tuono Pettinato con apprezzamenti per il documentario a lui dedicato.

Il bilancio del festival è stato fatto anche da Lo Spazio Bianco e Sbam Comics il 4 novembre.

Infine, Lega Nerd ha dedicato un bell'approfondimento alle Mostre di Palazzo Ducale il 11 novembre con focus su Arcane.



### MAIN MEDIA PARTNERSHIP CON RAI

Il dialogo avviato nel 2019 con il gruppo RAI è proseguito anche nel 2021 esprimendosi attraverso una Main Media Partnership che, ancora una volta, ha posizionato RAI come uno dei luoghi nei quali è stato possibile fruire di contenuti esclusivi del festival. In questo modo Lucca Comics & Games è approdata sul piccolo schermo, in radio e online rompendo nuovamente le barriere fisiche: Lucca è uscita dalle mura, entrando in tutte le case degli abbonati Rai. I fan e il pubblico della TV, infatti, hanno potuto godere di contenuti inediti e della migliore selezione di serie tv, documentari, fiction, cartoni animati, film, approfondimenti e speciali grazie alla scesa in campo di molte reti del gruppo.



La sezione Lucca Comics & Games 2021 sul portale RAIPlay

RaiPlay ha ospitato una sezione realizzata ad hoc (<a href="https://www.raiplay.it/lucca-comics-and-games/">https://www.raiplay.it/lucca-comics-and-games/</a>) nella quale erano disponibili gli original (contenuti inediti prodotti apposta per l'edizione 2021); una selezione delle migliori serie tv, fiction, documentari, approfondimenti, tratti dall'archivio Rai; gli speciali che di giorno in giorno sono andati in onda nelle altre reti del gruppo; inoltre ha portato a Lucca l'anteprima della seconda stagione di Stalk, il teen drama francese sulle tematiche di stalking e cyberbullismo i cui nuovi episodi sono arrivati a novembre 2021 in esclusiva per l'Italia. Ad

accompagnare l'anteprima a Lucca Comics & Games sono stati presenti il regista **Simon Bouisson** e i due protagonisti **Théo Fernandez** e **Aloïse Sauvage**.

Tra gli original: il Graphic Novel Theatre di Lucca Comics & Games con Corpicino! e L'Oreste...quando i morti uccidono i vivi; Una giornata con... Simple&Madama; La casa senza nord. Una giornata con Teresa Radice e Stefano Turconi; Una giornata con Giacomo Bevilacqua; Una giornata con Leo Ortolani; I Mostri del Folklore Giapponese; La storia del Gioco di Ruolo; Close up con Pau (Negrita) e Simone Bianchi; Bonelli Story; I maestri del fumetto (una serie di 7 documentari diretti da Fulvio Risuleo con interviste ad autori e operatori del settore che raccontano tutti gli aspetti del lavoro del fumettista. Il progetto è nato con contributo del MiBACT). Grazie a questa collaborazione Lucca Comics & Games si è estesa anche temporalmente perché la sezione dedicata al festival su RaiPlay è stata online fino al 28 febbraio 2022, accompagnandoci durante i mesi invernali.



Rai Ragazzi ha preparato un programma che, in tre giorni, è stato caratterizzato da anteprime, meet & greet e dalla partecipazione dei personaggi più amati, trascinando con sé una grande attenzione della stampa e delle redazioni.

Dall'anteprima mondiale di **Pinocchio and Friends**, la nuova serie animata prodotta da Rainbow in collaborazione con Rai Ragazzi, a **Nina & Olga** la nuova serie in onda su **Rai Yoyo**, scritta da **Nicoletta Costa**. **Rai Gulp**, invece, ha festeggiato la notte di Halloween con i protagonisti di **Halloweird** durante una **live speciale sul canale Twitch** di Lucca Comics & Games.

Mentre Villa Bottini è stata la sede della **Yoyo Parade**, con alcuni **dei più amati character** di Rai Yoyo tra cui **Bing** e **Flop**, **Masha** e **Orso**, **Nina** e **Olga**, **Pinocchio e la piratessa Freeda**, **Topo Gigio**, **Topo Tip**, **44 Gatti**, **Summer & Todd e le Winx Club**.



In occasione di questa edizione del festival **Rai Gulp ha realizzato due speciali** condotti da Mario Acampa andati in onda il 14 e il 21 novembre.



Il 1° servizio di RAI Gulp

**Rai Gulp – TV /** Speciale Lucca Comics & Games 1– 14.11.2021. Panoramica sul Festival

LINK al Servizio completo, parte videogioco da 10'18" a 14'26"





Rai Gulp – TV / Speciale Lucca Comics & Games 2 – 21.11.2021. Panoramica sul Festival

LINK al Servizio completo, parte videogioco da 9'25" a 13'02'

Il 2° servizio di RAI Gulp

Oltre a RaiPlay, anche **Rai4** ha presentato un prodotto mai andato in onda in tv: si tratta del survival movie fantascientifico **Meander**, diretto da Matheu Turi e interpretato da Gaia Weiss.

Rai4 è stata anche la rete che, come di consueto, ha ospitato due speciali del magazine Wonderland, interamente dedicati alla manifestazione: il primo, in onda il 30 ottobre ha annunciato in esclusiva tutti i vincitori dei Lucca Comics & Games Awards (gli "oscar" italiani del fumetto e del gioco), mentre il secondo, in onda il 9 novembre, ha raccontato gli eventi e i protagonisti di questa edizione di Lucca Comics & Games. Entrambe le puntate disponibili anche su RaiPlay on demand.

I cosplayer e i giochi di ruolo sono stati il focus di una **puntata speciale di Terza Pagina**, in onda su **Rai Cultura**, su **Rai5** e in replica su **Rai 3**.

Rai Radio2 è stata la radio ufficiale dell'evento raccontando Lucca Comics & Games con reel, fotogallery e story tramite gli account social della radio, oltre che con collegamenti nei principali programmi radiofonici.

Servizi dedicati al festival saranno ospitati nelle varie edizioni dei tg e dei gr Rai.

Su tutte le reti del gruppo, infine, dal 20 ottobre al 31 ottobre, in onda uno spot realizzato ad hoc da Direzione Creativa con la collaborazione di Lucca Comics & Games, con immagini esclusive realizzate da Paolo Barbieri, autore del poster di Lucca Comics & Games 2021 e musiche inedite del Maestro Gianpaolo Mazzoli. Sono circa 40 milioni le visualizzazioni (in termini di posizionamento di GRP) stimate di questo spot.

A queste attività ha fatto seguito la copertura editoriale a cura di tutti gli editori del gruppo che



hanno seguito il festival dal primo giorno con notizie diffuse dai più importanti telegiornali nazionali e con speciali e approfondimenti esclusivi andati in onda non solo durante, ma anche prima e dopo il periodo festivaliero.

Presenti a Lucca sia gli inviati del Tg1 sia gli inviati di Rai News, Rai 4, RaiPlay.



Simone Bianchi e Caparezza posano sul Blue Carpet RAI Play di Lucca Comics & Games 2021

Infine, Rai ha vestito alcuni angoli strategici della città come la facciata del Teatro del Giglio e quella di una delle location più significative del 2021: la Chiesa di San Francesco, dove sono stati allestiti un "blue carpet" e un portale brandizzati "RaiPlay", ad accogliere tutti i visitatori.









### 4.4. I PREMI

I riconoscimenti di Lucca Comics & Games, assegnati in diversi ambiti a riconoscere sia l'eccellenza della produzione sia l'emergere di nuovi talenti, sono l'avanguardia di un'azione di promozione culturale che ad essi non si limita, ma che permea tutte le attività del festival. Di seguito un breve resoconto dei vari esiti.

### LUCCA COMICS AWARDS



I Lucca Comics Awards proseguono il loro percorso di principali premi italiani dedicati al fumetto. A fronte di più di 300 opere sottoposte (in linea con gli anni precedenti, nonostante la pandemia) e vagliate da un apposito comitato di selezione, la giuria, composta da autori, esperti e un rappresentante di Lucca Crea, ha decretato un palmares di grande qualità, sul quale spiccano il premio al grande autore americano Chris Ware e al Maestro del Fumetto, assegnato a Lorenzo Mattotti, nella giuria **Mat**-

tia Morandi per il Ministero della Cultura e Tommaso Galligani per Gallerie degli Uffizi. Dopo anni in cui i premi erano stati annunciati in anticipo rispetto al festival, nel 2021 è tornata la più classica delle serate di premiazione, con i vincitori annunciati direttamente al teatro del Giglio.

### PREMI DI TALENT SCOUTING



Lucca Project Contest. Svoltasi ancora in modalità online, l'edizione 2021 del Lucca Project Contest si è svolta positivamente con risultati soddisfacenti. L'inedita giuria comprendeva personalità di spicco come James Bradburne, direttore generale della Pinacoteca di Brera e dell'annessa Biblioteca Braidense, e dell'autore di fama internazionale Giuseppe "Cammo" Camuncoli. Il vincitore è risultato il progetto "20 Nodi", di Elena Migliorini, del quale la giuria ha detto: "il progetto ci ha conquistato unani-

memente con un segno grafico personale, delicato e potente al tempo stesso, una caratura narrativa modulata su frequenze emozionali molto profonde, e un promettente potenziale editoriale".





### Concorso Lucca Junior - Premio di Illustrazione Editoriale Livio Sossi.

Sono stati 169 i progetti in gara nella seconda rinnovata edizione del Concorso Lucca Junior, che dal 2019 è intitolato al suo storico presidente di Giuria ed è diventato Premio di Illustrazione Editoriale "Livio Sossi". Ai partecipanti è stato chiesto di realizzare un progetto completo per un libro illustrato a partire da un testo proposto dall'organizzazione, composta da Lucca Comics & Games in partnership con l'agenzia Book on A Tree e con Kite Edizioni, editore specializzato in editoria per l'infanzia. Il testo

da illustrare è stato scritto da Pierdomenico Baccalario e la giuria, composta dal presidente Paolo d'Altan (illustratore) e dai giurati Iacopo Bruno (illustratore), Davide Calì (autore e illustratore), Valentina De Poli (giornalista) e Valentina Mai (art director ed editrice Kite Edizioni) ha decretato come vincitore Emanuele Benetti, che, grazie al concorso, ha pubblicato il suo primo libro illustrato con Kite Edizioni e lo ha presentato in anteprima a Lucca Comics & Games 2021. In occasione del festival, è stata, inoltre, allestita presso il Palazzo delle Esposizioni, la mostra con le migliori tavole pervenute al concorso.

### I CONCORSI DI LUCCA GAMES



Gioco dell'Anno/Gioco di Ruolo dell'Anno. Alla 9° edizione del Gioco dell'Anno (GdA) hanno partecipato 13 editori che hanno iscritto in totale 26 titoli, mentre al Gioco di Ruolo dell'Anno (GdRdA) hanno partecipato 12 editori che hanno iscritto 22

titoli. La comunicazione dei finalisti e dei vincitori è stata ampiamente seguita nella community di settore e divulgata dalla stampa di settore, e.g sono state dedicate numerose live/articoli relative a queste notizie. L'annuncio dei titoli vincitori è avvenuto durante la Serata di Premiazione di Lucca Comics & Games e trasmesso sulla piattaforma Rai Play all'interno dello Speciale Wonderland dedicato; grazie al comunicato stampa di Lucca Comics & Games la notizia dei vincitori è stata riportata su testate nazionali/importanti siti/riviste di cultura pop. Il Tour del Gioco dell'Anno, che negli anni precedenti aveva coinvolto gran parte della penisola e le maggiori manifestazioni di settore, non si è tenuto.



Il riconoscimento annuale di Lucca Comics & Games che premia i giochi da tavolo "gateway" - titoli facili ma avvincenti in grado di coinvolgere anche tutti coloro che non hanno mai giocato da tavolo o è da tempo che non lo fanno - è stato assegnato a My City, una produzione dei game designer Reiner Knizia edito da Kosmos Verlag, distribuito da Giochi Uniti; inoltre, per la prima volta nella sua storia, la giuria ha assegnato una Menzione Speciale a MicroMacro: Crime City di Johannes Sich (MS Edizioni). Non potendo essere considerato un gioco da tavolo nel senso tradizionale del termine, appassiona e diverte, riuscendo, solo con una mappa illustrata e un mazzetto di carte, a intrattenere neofiti ed esperti per un buon quarto d'ora.

A trionfare come Gioco di Ruolo dell'Anno è Broken Compass, una produzione italiana dei game designer Riccardo Sirignano e Simone Formicola, edito da Two Little Mice e distribuito da Raven Distribution, grazie al suo sistema di gioco semplice, completo, coerente e immediatamente coinvolgente, adatto a neofiti così come a giocatori veterani; la giuria ha inoltre deciso di dare una menzione speciale a Kids & Legends, edito da Spritzgnack e distribuito da Asmodee Italia, per la ricerca e l'impegno fatto per introdurre i più giovani al GdR, la capacità di coinvolgere tutta la famiglia nel gioco e l'attenzione all'inclusività, che permette di partecipare a giocatori con diversi livelli di esperienza, con una particolare attenzione a bambini e ragazzi che amano il videogioco.



Joe Dever Award. Dedicato all'autore della mitica saga di Lupo Solitario, e giunto alla sua quinta edizione, il Joe Dever Award è il premio intitolato al grande amico di Lucca Joe Dever e dedicato alla Intellectual Property che nel corso dell'anno ha mostrato risultati maggiori nel dipanarsi all'interno di discorsi creativi transmediali, arte nella quale il padre di Lupo Solitario era indiscusso maestro. L'evento cinematografico firmato da Denis Villeneuve, si espande nel medium ludico grazie a un gioco da tavolo, cui ne seguirà anche uno di ruolo. Come piacerebbe a Herbert, il board

game apre così le "porte della percezione" su Arrakis e la sua spezia. Il premio è stato infatti assegnato a Dune: Imperium di Paul Dennen, pubblicato da Asmodee.





Premio alla Carriera 2021. Divulgatore appassionato, convinto assertore della cultura ludica e instancabile talent scout di autori italiani e stranieri, Gianfranco Fioretta è il vincitore del Premio alla Carriera 2021. Editore
e distributore di tanti e importanti titoli che hanno animato i tavoli e le
serate di decine di migliaia di giocatori nel nostro paese, Gianfranco ha
iniziato il suo percorso nella prima metà degli anni '70, ed è stato uno dei
primi ad accostare i buoni giochi ai buoni libri, intuendone il valore culturale e sociale. Da allora, partecipa con costante e scrupolosa sistematicità

a tutte le fiere di settore, dalle più piccole alle più importanti, contribuendo a una diffusione sempre più capillare della passione per il (buon) gioco, cui ha dedicato gran parte della sua vita professionale.



Ruolimpiadi. Per la loro ventiseiesima edizione le Ruolimpiadi hanno assunto una forma del tutto nuova, per consentire lo svolgimento in presenza delle attività senza obbligare i partecipanti ad iscriversi come squadra completa, lanciando un appello a tutti i giocatori, anche i non-ruolimpici, per partecipare alle Ruolimpiadi: Purgatory Open Draft. Si sono iscritte 90 persone che hanno formato le squadre con l'innovativo metodo del "draft" e si sono sfidate nel corso di tre giorni di attività; per la prima volta è stata attivata una location specifica, la Casermetta San Paolino, che

ha consentito di far svolgere le Ruolimpiadi in totale sicurezza ed in ottemperanza delle normative anti-covid.







### **CREDITS**

### COMUNE DI LUCCA

Sindaco

Alessandro Tambellini

### LUCCA HOLDING S.p.A.

**Amministratore Unico** 

Virginia Lucchesi

### LUCCA CREA S.r.l.

Presidente

Francesca Fazzi

Consiglieri

Andrea Squilloni

Giovanni Mastria

**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

### Legal

Nicola Frezza

Antonio Pellegrino

Compliance e Organizzazione Aziendale

Filippo Bianchi

Edoardo Rivola

Daniele Luchi

Alessandro Di Giulio

Lucca Polo Fiere & Congressi

Maria Novella Dogliotti

Lucca
Comics&Camer

Area Sales – LC&G

Andrea Parrella

Area Programmazione – LC&G

Jacopo Moretti

Silvia Ceccarelli





### LUCCA COMICS & GAMES

### Direttore

Emanuele Vietina

### **Production Manager**

Gianluca Del Carlo

### Director of Art

Cosimo Lorenzo Pancini

### Progettazione

Jacopo Croci

Gianni Parenti

Andrea Pellegrini

### **Produzione**

Andrea Bernardini (Cinema)

Luca Bitonte (Audiovisivi)

Gabriele Cenni (Games)

Dario Cherubino (Videogames)

Duccio Signorini (Logistica)

### Area Espositori

Dario Dino-Guida

Giada Lelli

Matteo Crocetti

Federica De Sica

Laura Mazzoni

Gabriele Russo

### 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)

Francesco Niccolai Mugnaini (Japan)

Chiara Codecà (Narrativa)

### **Campfire**

Tomas Paladin

Mattia Coen

### Festival Digital

Vito Ballarino

Federico Mocciaro

### Comunicazione

Barbara Ciabilli

Francesca Bellotto

### Uffici Stampa

Jazmin Kuan Veng e Francesco Marchetti (Internazionale)

Patrizia Wächter e Delia Parodo (Nazionale)

Barbara Di Cesare e Massimo Di Grazia (Regionale)

Veruska Motta (Fumetto)

Simone Bonaccorso (Gioco)

Marco Giannatiempo (Videogioco)

### Web & Social

Alessio Lucarotti

Igor Mario Medved

Simone Peruzzi

### **Mostre Espositive**

### Coordinamento

Mauro Bruni

### Progettazione

Pierpaolo Putignano

Roberto Irace

### **Art direction**

Mariano M. Fazzi





### ©ILEZIONANDO LUCCA COLLEZIONANDO

### ${\bf Coordinamento}$

Dario Dino-Guida

### Programmazione

Riccardo Moni





### URA MURABILIA E VERDEMURA

### Coordinamento

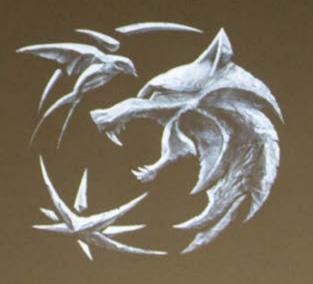
Giuseppe Benedetti

### Sales e Programmazione

Claudia Canigiani

Jacopo Lazzareschi Cervelli

Ilaria Monticelli



# THE

ANDREW LAWS (PRODUCTION DESIGNER)

LAUREN SCH (SHOW

MODERATORE: GIAN

NETF



### TCHER

MIDT HISSRICH (RUNNER) LUCINDA WRIGHT (COSTUME DESIGNER)

IMARIA TAMMARO

LIX

Andrew Laws, Lauren Schmidt Hissrich e Lucinda Wright, designer e showrunner della serie Netflix The Witcher, incontrano il pubblico moderate da Gianmaria Tammaro al cinema Moderno



### 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.



