

A person in a Spider-Man costume is holding a large, red and white Captain America shield above their head. They are standing in a dense crowd of people at an outdoor event. In the background, there are buildings and a large black banner with red handprints and the Warner Bros. logo.

Lucca

Comics&Games

Lucca fa crescere Lucca

**Le nuove mitologie incontrano e aumentano la dimensione
dei nostro patrimonio culturale**



Piccolo test

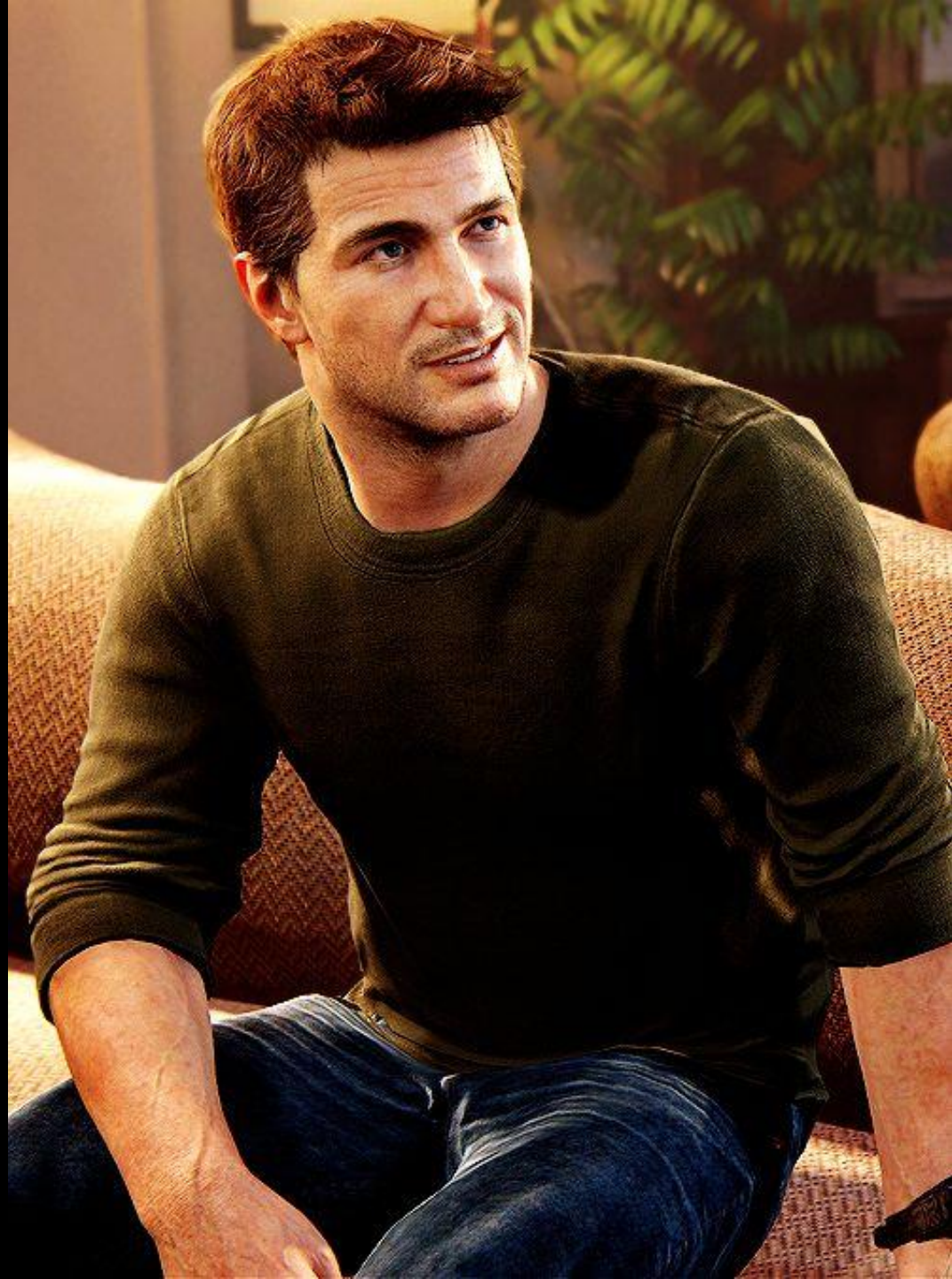














(?)

**Di che cosa stiamo
parlando?**



**DELLA NOSTRA
PRIMA VOLTA**



ESPLORAZIONI



SCOPERTA!



**STORYTELLING
CONDIVISI E
MANIPOLABILI**



COMMUNITY

A photograph of a group of people taking a selfie outdoors. In the foreground, a woman with long red hair, wearing a red top with yellow trim, holds a white smartphone. Behind her, a man with a grey beard and a woman with blonde hair are smiling. The background shows a crowd of people and a brick building. The word "RESPECT" is overlaid in large, bold, pink capital letters.

RESPECT

A MARVELLOUS TRUE LAND FOR A

"WELCOME TO THE WESTERN WORLD'S BIGGEST GEEK MEET"



Get Me to the Geeks Tuscan confab draws Hollywood majors to medieval mecca

By Nick Vivarelli

WELCOME TO THE Western world's biggest geek meet. Some 254,000 ticket-buying fans descended last year upon Lucca Comics & Games, for comics fans with a European twist

Tipsheet
WHAT: Lucca Intl. Festival of Comics, Animation, Illustration and Games
WHEN: Oct. 29-Nov. 1
WHERE: Lucca, Italy

held within the medieval walls of the Tuscan town of Lucca, which Henry James once described as "overflowing with everything." Numerically the four-day Lucca fest/convention dedicated to fandom, cosplay, role-

verse of comics — comprising movies, TV and music — is the second-largest geek culture event after Tokyo's Comiket, which boasts 550,000 fans. That's almost twice as many as Comic-Con in San Diego, though access to both is limited.

Just like Comic-Con, Lucca Comics started decades ago as a comic book convention. And somewhat similarly it's now become an integral part of the Hollywood studios' promotional push in Europe, including Disney's "Star Wars: The Force Awakens," Fox's "The Peanuts Movie" and Lionsgate's "The Hunger Games: Mockingjay — Part 2," which Universal Pictures Intl. Italy is distributing in the country. "Five years ago we approached Lucca

responsive, bringing strong content," Giovanni Cova, topper of Milan-based entertainment marketing company Q Italian distributors and TV broadcast also attend in full force.

That said, Japanese manga mania dominates in the Renaissance-era ger town known for its pink-hued church and 16th-century walls, where a dedicated quarter turns into Japan Town during shindig. But aside from the various ge cultures at play, what really defines L Comics is the venue.

"Lucca has a soul," says Renato Genove, the event's topper. "It's a unique universe where everyone comes to share an experience in the streets, the gardens and piazzas, the cafes, the pizzerias, within the walls of a medieval city wall is like an island."

Among its plethora of events and initiatives Genove is particularly proud of the fact that Lucca Comics recently launched a crowdfunding portal for projects with comic world ties and the spawned standout Italian content suc

Il Pubblico di LC&G**presenze totali: 793.818****visitatori unici totali: 442.883****visitatori unici dall'estero: 18.581****Fonte: Vodafone Analytics 2018****In Ticketing****TOTALI: 250.263****Fonte: Best Union 2018**

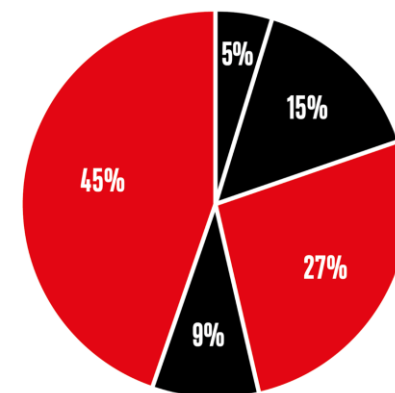
Fonte: Impact!, Ricerca Scientifica sui comportamenti del pubblico E sull'impatto economico della manifestazione, condotta da Scuola Imt Alti Studi Di Lucca.

Un'occasione per scoprire la città



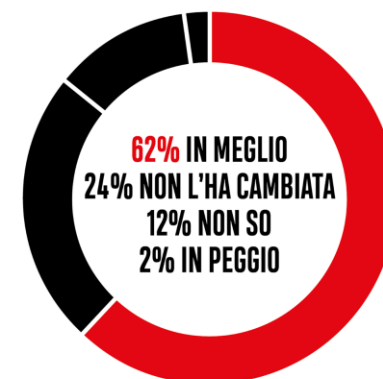
Il 46% dei visitatori afferma che l'aspetto più interessante del Festival è la città di Lucca il 98% dei visitatori intende ritornare

ATTIVITÀ AL DI FUORI DI LUCCA COMICS & GAMES



45% VISITA DI MONUMENTI, MUSEI, GALLERIE E ALTRI SITI STORICI
27% SHOPPING (AL DI FUORI DEL FESTIVAL/PADIGLIONI)
15% VISITA DI ALTRE CITTÀ
9% ATTIVITÀ SPORTIVE
5% ALTRO

COME IL FESTIVAL HA CAMBIATO LA TUA PERCEZIONE DELLA CITTÀ?



Ricerca Scientifica sui comportamenti del pubblico E sull'impatto economico della manifestazione, condotta da Scuola Imt Altì Studi Di Lucca.



Cloud wording e analisi del sentimento

La Media Evaluation

Valore dell'attività media su Lucca & LCG equiparato al costo pubblicitario (Advertising Value Equivalent) valore complessivo 2018 oltre:

15 milioni di euro

+ 70% sul 2017 9 mln €

+ 200% sul 2016 5 mln €



stampa: 6.455.075 €

tv: 6.250.296 €

radio: 1.008.137 €

web: 1.971.473 €

Rating: L'Eco della Stampa

I Grandi Brand Internazionali

- Warner Bros
- Sky
- Netflix
- Nintendo
- Bandai
- Fox
- Sony
- Universal
- Disney
- Cartoon Network
- Hasbro
- Twitch
- Amazon Audible
- Youtube Kids
- ...

**Le aziende leader delle industrie creative
scegliono Lucca e LC&G per le proprie premiere**



I Grandi editori e i marchi dell'italianità



- Ferrari
- Panini
- Sergio Bonelli
- Rainbow
- Rai
- Feltrinelli
- Mondadori
- Gruppo GEDI
- RCS
- Mauri Spagnol
- Il Castoro
- ...

(?)

**Di una città'
come e piu'
di un brand
touchpoint**





Universal, Hunger Games, San Michele Square, Lucca 2013



Netflix Stand, Lucca 2017



Assassin's Creed Origins Pyramid, Lucca 2018





**(?)
Community che non assiste a un festival ma vuole essere il festival e
interagire con il contesto monumentale**



 badtv.it

Westeros prende vita nel Baluardo San Colombano

Lucca 2018

(?)

Di un evento partecipativo in spazi monumentali che portano valore alla creatività dei tessitori di sogni



oltre 2.000 incontri



200 performance artistiche dal vivo

LE MOSTRE

Lucca
Comics&Games

#LuccaCG18

LR
NZ



LE SALE

- Sala 1 (Therapy)
- Sala 2 (LRNZ)
- Sala 3 (ADAMS)
- Sala 4 (LACOMBE)
- Sala 5 (MATSUMOTO)
- Sala 6 (COLAONE)
- Sala 7 (MOREAU)
- Sala 8 (ITO)

19 mostre espositive

LUCCA
LUMINUS
GAMES
2018
MADE
IN ITALY



**100 ospiti internazionali, 200 ospiti nazionali
e 20 world wide premiere**



15 concerti, 2 produzioni teatrali e 1 orchestrale



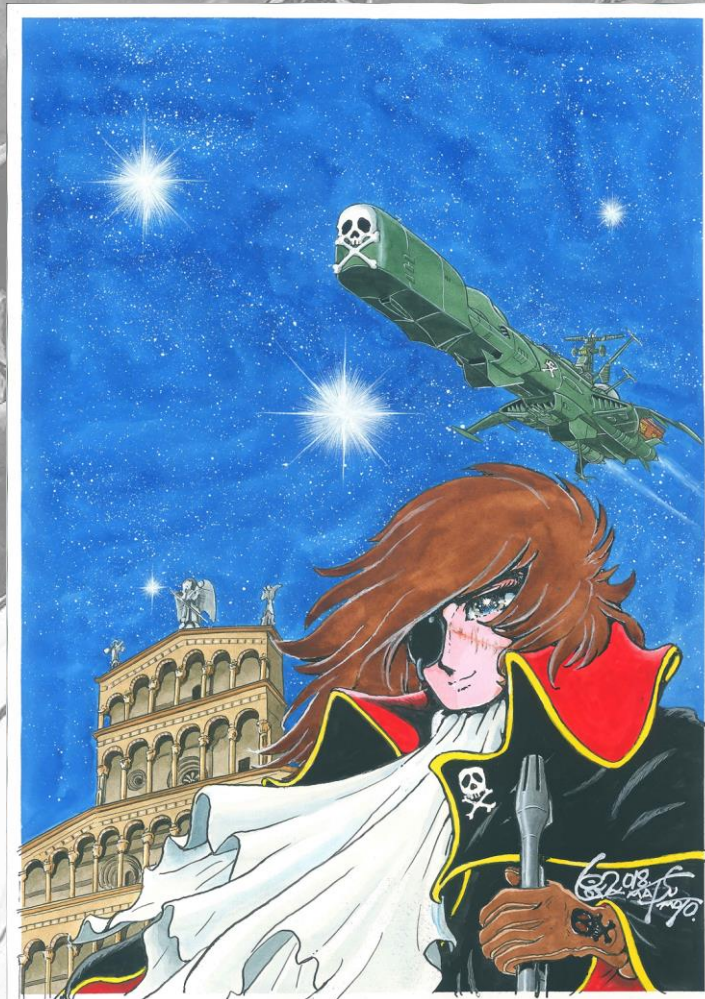
Per un investimento complessivo di oltre 6 milioni e diretto in produzioni culturali di oltre 800.000 euro...



...sviluppando un design degli eventi che esalti le mitologie contemporanee nel contatto con il patrimonio della città' e amplifichi il valore dei beni nella relazione con i portati affettivi delle nuove narrative.

Il City Branding di Lucca attraverso i contributi artistici degli autori del Festival

Capitan Harlock Tribute Art



Il Maestro Leiji Matsumoto ritrae davanti San Michele i suoi più celebri personaggi.

Il City Branding di Lucca attraverso i contributi artistici degli autori del Festival

Zerocalcare

Il principale graphic novelist italiano ha raccontato in una striscia di otto pagine genesi e storia dei 50 anni di Festival



Il City Branding di Lucca attraverso i contributi artistici degli autori del Festival

Ferrari Tribute Art



Scuderia Ferrari dedica a Lucca uno dei suoi manifesti ufficiali in occasione di Lucca Comics & Games. Ferrari è il primo brand al mondo associato al Made in Italy. “Brand Finance”

Il City Branding di Lucca attraverso i contributi artistici degli autori del Festival

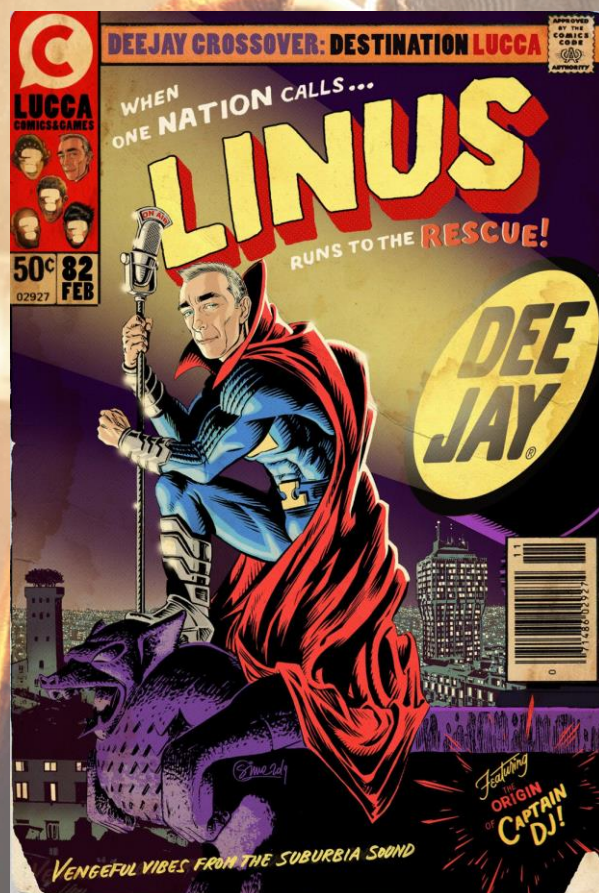
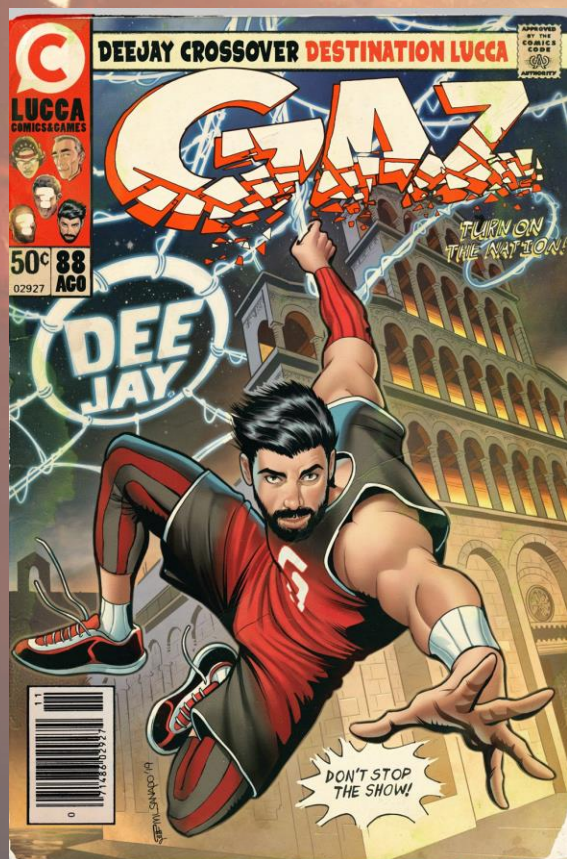
Dampyr Tribute Sergio Bonelli Editore

La Città Di Lucca, protagonista del volume Bonelli, riceve il tributo di ben 13 artisti, tra illustratori e fumettisti edito anche in Francia, Germania, Brasile e Finlandia.



Radio DeeJay

Becoming Superheroes, la campagna di comunicazione per Radio DeeJay lega le note voci della radio, supereroi e i monumenti lucchesi



PROMOTION POSTER

L'immagine del festival come specchio di una comunità' come sintesi dei luoghi dove si depositano le narrative collettive





Il festival è una gioia assoluta



Lucca Comics & Games powered by Lucca Crea Srl

Corso Garibaldi, 53 - 55100 Lucca

Tel. +39 (0) 583 401711

Fax +39 (0) 583 401737