

Lucca Crea racconta il suo 2020 alla città Pronto il rendiconto culturale e sociale dell'attività

Reagire con creatività alla pandemia; tenere in vita il sogno e il legame del pubblico con il festival e realizzare importanti novità da lasciare in eredità per i prossimi anni: questi i punti salienti del Bilancio Culturale e sociale 2020 che Lucca Crea mette a disposizione della città, con un volume che raccoglie tutte le informazioni sulle attività della società. **Il settore delle fiere e dei convegni**, quello in cui opera Lucca Crea è **stato quello maggiormente colpito dalla pandemia**, con perdite medie nell'anno 2020 superiori all'80%. A testimonianza concreta di quanto sia il comparto che ha sofferto maggiormente, anche rispetto a turismo, ristorazione o altri settori della cultura, è arrivata la deroga a livello europeo, al regime De Minimis. Infatti le aziende del settore sono le prime autorizzate dall'UE a ricevere "Ristori" oltre il tetto standard imposto da tale legge.

"La società – commenta **Francesca Fazzi, presidente di Lucca Crea** - che vive solo su entrate proprie, senza contributi pubblici, è riuscita comunque a cogliere importanti risultati, mantenendo alto il profilo culturale e delle relazioni, a partire da **un importante ponte con La Galleria degli Uffizi**, il cui direttore **Eike Schmidt**, durante la cerimonia di apertura ha aperto a collaborazioni che si svilupperanno negli anni".

"In un anno così difficile - aggiunge **il direttore generale Emanuele Vietina** - abbiamo realizzato grandi traguardi. Lucca Changes ha mantenuto alta la qualità delle proposte culturali e ha rafforzato il valore del marchio; ampliato gli asset comunicativi, mettendo a frutto per esempio la straordinaria partnership con il **gruppo Rai**, che ha diffuso per oltre tre mesi i contenuti della manifestazione attraverso Rai Play, oltre ai momenti unici durante il festival come l'intervista all'iconico giornalista **Vincenzo Mollica**, e le premiazioni **degli Oscar del fumetto italiano: i Lucca Comics & Games Award**".

Lucca Changes è stato la misura del cambiamento imposto dalla pandemia: una rete sul territorio di **115 avamposti** in tutta Italia, i **"Campfire"** (librerie, fumetterie e negozi di giochi) che hanno presentato le oltre 200 novità editoriali della manifestazione; i **320 eventi digitali**, sviluppati insieme ad oltre 50 editori come Mondadori, Panini, Salani, partner internazionali come Amazon, BMW, Nintendo, Sony, e Istituzioni nazionali come Polizia di Stato, Centro Nazionale Trapianti e Ministero degli Esteri. I dati sono senza precedenti: un milione e mezzo di telespettatori, **330 autori coinvolti**, e 17.000 visitatori nei Campfire. Infine il volume edito da Mondadori a marchio Rizzoli, **"Lucca Comics & Games: storie e immagini del festival della Cultura Pop"**, uscito in tutte le librerie italiane rende omaggio al festival degli anni tra il 2000 e il 2019, quelli della svolta transmediale, che lo hanno portato ad essere dichiarato il più importante festival europeo della cultura pop.

Se le manifestazioni, grandi e piccole a cui Lucca Crea ha dovuto rinunciare sono sotto gli occhi di tutti (Verdemura, Collezionando, Murabilia...etc), è forse meno noto **come la società abbia reagito mettendo a frutto tutta la propria esperienza e cogliendo ogni possibilità:** dal grande lavoro sui fondi ristoro, alla selezione di bandi, all'adesione a prestigiosi progetti speciali. **Il Polo Fiere** dopo attenta preparazione, è stato reso **luogo idoneo ad ospitare concorsi di enti pubblici e privati**, di medie e piccole dimensioni, in pieno rispetto delle normative Covid; **mentre i progetti speciali** (Co-Mix, In Habit, Giocaruoloando etc..) hanno assunto grande valenza strategica. Fra questi ricordiamo l'importante **collaborazione con il MAECI** (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale) che ha voluto coinvolgere Lucca Crea nelle attività legate alla **Settimana della lingua italiana nel mondo**, portando il nome di Lucca negli Istituti Italiani

di cultura come: Shanghai, Istanbul, Praga, Los Angeles, Belgrado, Il Cairo, Madrid, Jakarta, Dakar, Lione, Bucarest e Abu Dhabi.

Le relazioni intessute hanno portato la società ad essere accreditata ai massimi livelli **del sistema fieristico nazionale, con l'affiliazione ad AEFI** (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane), che rappresenta il sistema fieristico nazionale con 41 enti associati e oltre 1.000 manifestazioni all'anno. **La condotta di Lucca Crea ha portato inoltre la società a ottenere** due 'stellette' su tre del **rating di legalità attribuito** dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato AGCM.

Lucca Crea inoltre poi ha fatto la sua parte anche **durante il lockdown** creando e diffondendo i suoi valori tramite i canali social per invitare il suo pubblico a seguire le disposizioni di legge con la campagna **#Inerdathome**, promuovendo anche raccolte per destinare fondi e attrezzature al sistema sanitario regionale, conclusosi con l'evento promosso dalla Prefettura di Lucca, **"Come ti frego il virus"**, con il professor Massimo Galli e il disegnatore Silver, moderato dal giornalista Roberto Corbò.

Seppur in un anno così difficile in cui si è dovuto rinunciare a tanto, la società ha difeso il rapporto privilegiato con il mondo della scuola, con la creazione di approfondimenti specifici riguardanti, la didattica. Rientrano in questo contesto: **"I Rodarici"** e **"L'Ora di Lezione non Basta"**, realizzati per favorire la didattica ludica. **Insieme ad IMT** si sono lanciate le attività del **Game Science Research Center**, portando a 57 il numero di esperti e ricercatori che hanno aderito alle attività di ricerca scientifica dedicate al gioco.

Le molte novità intraprese, anche in campo digitale e multimediale, costituiranno un'importante eredità da sviluppare negli anni a venire, in vista delle prossime edizioni.

Leggi il documento qui

https://www.luccacrea.it/fileadmin/documents/bilanci/2020_Lucca_Crea_BILANCIO_SOCIALE/pdf/2020_Lucca_Crea_BILANCIO_SOCIALE.pdf