# LA LEGACY DI LUCCA60

***Obiettivo: rimanere fedeli a sé stessi continuando ad abbracciare il cambiamento.***

## NielsenIQ analizza Lucca Comics & Games: non solo un festival ma un *Event Media Network, Community Platform e Marketplace per le più importanti IP del mondo. Queste le parole chiave per il futuro.*

APPUNTAMENTO DA GIOVEDÌ 28 OTTOBRE A LUNEDÌ 1° NOVEMBRE 2027

*Lucca, 02 novembre 2026* - Con la chiusura di Lucca60, l'edizione che ha celebrato il sessantesimo compleanno di Lucca Comics & Games, si consolida una "**dimensione aurea**", che inevitabilmente si misura con i numeri ma anche con un **gradiente fondamentale per gli organizzatori: la felicità**, cercando di interpretare l'energia delle persone che vi hanno partecipato, ponendosi in una posizione di ascolto immediato.

**345.000 partecipanti** alla fiera (biglietti, omaggi disabili, pass professional) e una **stima di 800.000 visitatori** nei cinque giorni di bel tempo. Oltre **900 ospiti da tutto il mondo**, **800 espositori**, un programma fatto da **più di 1500 appuntamenti** e **14 mostre**. **Oltre 260.000 le carte Pokémon** realizzate in occasione di Lucca60 da The Pokémon Company International e distribuite a tutti coloro che ne hanno fatto richiesta.

Ingresso nella **top 100 delle APP più scaricate in Italia** anche per **LuccaCG Assistant**, la APP ufficiale di Lucca Comics & Games.

Centinaia di giornalisti e content creator accreditati e provenienti da tutto il mondo, 82 passaggi nei telegiornali nazionali e superato lo share del 3% durante la diretta dal glass studio di Rai (Main Media Partner della manifestazione) andata in onda domenica 1 novembre su Rai3.

Lucca Comics & Games si conferma dopo 60 anni di storia il più grande community event dedicato alla cultura pop. Il patrimonio di storie, di valori e di sogni – la *Legacy* di Lucca Comics & Games – è in continuo cambiamento, grazie al solido ancoraggio sui cinque valori identitari: ***Community***, ***Inclusion***, ***Discovery***, ***Respect***, ***Gratitude***.

NEL FUTURO DI LUCCA COMICS & GAMES

Avviata la partnership strategica con NielsenIQ (NIQ) colosso del data analysis leader mondiale nella consumer intelligence, che mercoledì 28 ottobre, nel nuovo spazio "T-Space" dedicato ad un pubblico business e professional, ha presentato un'analisi sull'impatto economico, sociale e culturale della manifestazione. Lucca Comics & Games è un caso di studio internazionale: non un evento, ma una piattaforma culturale, sociale ed economica, una vera e propria **community platform**.

**Un mercato, non solo un festival** - Lucca Comics & Games non è solo un festival: in pochi giorni concentra in un unico luogo l'intera filiera dell'entertainment: chi crea contenuti, chi detiene le licenze delle più importanti proprietà intellettuali del mondo, chi produce beni e servizi e chi gestisce la relazione con il consumatore finale. Il risultato è un valore che va oltre la cultura pop e arriva fino al largo consumo. Lucca diventa così uno dei rari luoghi in cui l'industria dell'entertainment incontra l'economia reale.

Alla base di questo modello c'è una community fortemente fidelizzata. Secondo **Daniele Dalli,** professore ordinario di Marketing ed Economia e gestione delle imprese dell'**Università di Pisa, esperto di marketing tribale**, il pubblico non va a Lucca per assistere a qualcosa, ma per farne parte. Il festival è l'applicazione emblematica del community marketing: le persone si aggregano attorno a passioni condivise prima ancora che ai prodotti. Per i brand questo significa trovare un pubblico già coinvolto, disposto ad ascoltare e a scegliere.

**Le tre direzioni di crescita secondo NIQ -** Ma che modello di sviluppo si prevede per il futuro? Secondo NIQ, per l'evoluzione del modello Lucca Comics & Games, unico al mondo, sono tre le direzioni da percorrere. La prima è diventare una piattaforma permanente, un ecosistema attivo tutto l'anno: in questa logica, quest'anno Lucca Comics & Games e NIQ hanno sviluppato il primo CRM della manifestazione, un asset strategico che consentirà, sempre nel pieno rispetto della privacy, di costruire una relazione diretta e continuativa con la propria community. La seconda è sviluppare l'innovativo modello "Event Media Network", grazie ai milioni di interazioni che si creano attraverso i canali digitali della manifestazione: un modello che porta le aziende a passare da una logica di sponsorship a una di media activation. in fine, privilegiare le partnership autentiche, costruendo insieme, per 365 giorni l'anno, la comunità.

"La partnership tra NIQ e Lucca Comics & Games dimostra come dati, ricerca e conoscenza delle community possano contribuire a sviluppare nuovi modelli di crescita per gli eventi culturali. Attraverso la misurazione dell'impatto economico, sociale e culturale della manifestazione e la realizzazione del primo CRM di Lucca Comics & Games, stiamo supportando l'evoluzione di un ecosistema che va oltre i giorni dell'evento per diventare una piattaforma permanente di relazione con la propria community. In questa prospettiva, crediamo che Lucca Comics & Games abbia tutte le caratteristiche per affermarsi come uno dei più rilevanti **Event Media Network** europei: un luogo capace di connettere brand, creator, proprietà intellettuali e consumatori attraverso esperienze autentiche, contenuti ad alto valore culturale e un dialogo continuo durante tutto l'anno." - **Stefano Cini, Direttore Commerciale FMCG di NIQ**

**La T Space** - L'incontro si è tenuto presso La T Space, l'area hospitality ufficiale di Lucca Comics & Games 2026, pensata per un pubblico business e professional, allestita nella cornice di Villa Bottini. La T è il format ideato da Joydis, agenzia di marketing emozionale ed esperienziale partner di Lucca Crea che da oltre vent'anni connette brand, cultura, cinema, sport e lifestyle. Il format è realizzato insieme a M4G, che si occupa di sviluppo commerciale e relazioni corporate. Ha due declinazioni: La Terrazza, all'aperto, nata a Venezia nel 2023 durante la Mostra del Cinema e arrivata poi a Cannes, e La T Space, al chiuso, che dopo Sanremo approda a Lucca. Per le aziende questo un luogo dove incontrare clienti, partner, talent e giornalisti lontano dalla folla, ma dentro l'evento. Un unico format, più tappe nel corso dell'anno: ogni presenza rafforza le altre all'interno dello stesso racconto.

**We believe in #Community #Inclusion #Respect #Discovery #Gratitude**

Stay tuned, iscriviti alla newsletter di Lucca Comics & Games
**FB** e **IG** @luccacomicsandgames; **X** @LuccaCandG; **TT** @luccacg
**Twitch** LuccaComicsAndGames; **YT** Lucca Comics & Games

Scarica la APP per Android; scarica la APP per iOS