



Cresce l'interesse per il licensing in Italia

Si è conclusa con risultati in crescita la fiera dedicata ai prodotti su licenza: 58 espositori provenienti da 15 Paesi hanno rappresentato oltre 800 brand.

Cresce l'interesse delle aziende italiane per il licensing e per la realizzazione di prodotti su licenza. Ne è la prova la grande affluenza di operatori al "Bologna Licensing Trade Fair", l'unica fiera in Italia dedicata alla compravendita di licenze relative all'utilizzo di brand e character affermati. La manifestazione, giunta alla nona edizione e organizzata da BolognaFiere a inizio aprile, si è conclusa evidenziando risultati positivi: erano presenti in fiera ben 58 espositori, di cui 22 esteri provenienti da 14 Paesi (Francia, Germania e Giappone in testa), i maggiori player del settore del licensing in Italia (come Cplg, Discovery, Rai e Mediaset) e, anche big internazionali (Walt Disney, Warner Bros, Viacom e Sanrio) in rappresentanza di circa 800 brand. È stata un'edizione caratterizzata anche dalla presenza di un numero crescente di espositori italiani ed esteri, da una più ampia area espositiva e da un articolato programma di appuntamenti di formazione e di incontri B2B per imprese e professionisti.

Secondo l'ultima ricerca dell'associazione internazionale Lima, il fatturato delle vendite al dettaglio dei prodotti su licenza nel 2014 in Italia ha raggiunto i 3,18 miliardi di euro. L'evento bolognese fa parte di un sistema che comprende anche la grande fiera del libro per ragazzi "Bologna Children's Book Fair" e il nuovo evento "Bologna Digital Media" sulle novità nel settore del digital publishing. Un sistema che rende Bologna l'hub mondiale dei contenuti per ragazzi.

Grande l'affluenza anche ai vari appuntamenti in programma: il "BLTF Licensing Masterclass", ciclo di incontri di formazione dedicato alle aziende e ai professionisti che si stanno avvicinando al mercato del licensing; il "Licensing Prospect Day" con l'obiettivo di coinvolgere nuovi player del settore manifatturiero nel mondo dei prodotti su licenza; il "Licensing Retail Day", con la partecipazione di importanti nomi della distribuzione. La decima edizione del Bologna Licensing Trade Fair si terrà dal 3 al 5 aprile 2017.



Turner protagonista nel licensing

Tra le novità presentate nell'ambito dell'evento bolognese vanno segnalate quelle di **Turner**, società del Gruppo Time Warner, editore dei canali kids Cartoon Network e Boomerang su Sky, e dei canali Boing e Cartoonito sul digitale terrestre. Durante questa ottava edizione è stato dato particolare risalto alle novità 2016-2017: prima tra tutte l'atteso ritorno del fenomeno mondiale di "The Powerpuff Girls", la serie Tv che da anni rappresenta un vero e proprio cult per un folto pubblico di appassionati. La nuova serie che racconta le vicende delle tre mitiche eroine Lolly, Dolly e Molly in onda su Cartoon Network Italia, che farà conoscere le tre piccole eroine che nel corso degli anni si sono affermate come originali ambasciatrici del "girl power" salvando ogni giorno il mondo prima di andare a dormire.



Masha e Orso di scena a Bologna



Maurizio Distefano ha presentato in occasione del Bologna Licensing Trade Fair alcune delle sue property più importanti tra le quali Angry Birds, Masha e Orso, Alvin!!! And the Chipmunks e Topo Tip e Camomilla. Da segnalare il successo di Masha e Orso che, tra l'altro, saranno gli ospiti d'onore della prossima stagione del parco divertimenti

Leolandia, dove gli ammiratori della piccola Masha e del suo amico Orso potranno incontrare di persona i propri beniamini, farsi fotografare con loro e divertirsi.



Quando la passione riempie la vita: un'indagine sui piccoli fan

Viacom e Nickelodeon hanno svolto un'indagine per esplorare il fenomeno del Fandom tra i kids. Sono stati intervistati 16 bambini dai 7 ai 12 anni attraverso una metodologia innovativa che ha permesso di interagire con loro direttamente, grazie ad una App sviluppata ad hoc, e di raccogliere tutti i feedback (foto, video, risposte in chat) sugli argomenti oggetto della ricerca. Dall'indagine è emerso che essere Fan è una questione seria: presuppone, infatti, una forte adesione e la costruzione di una relazione profonda capace di sostenere il rapporto e renderlo quotidiano e speciale. Passione è la parola che i bambini hanno usato più spesso per descrivere il significato dell'essere fan, che rappresenta per loro un'esperienza fortemente investita a livello emotivo, che li coinvolge a 360 gradi. Un'esperienza che contribuisce a creare la propria identità, che caratterizza la propria personalità e di cui si è orgogliosi. Gli oggetti del fandom emersi dalla ricerca sono molteplici, ma si possono raggruppare in quattro macro categorie: il mondo dello sport (guidato dal calcio), i personaggi immaginari (tra cui le property di animazione raccolgono i maggiori consensi), le celebrities (cantanti, ma anche attori e presentatori) e gli Youtubers.

