



Successo per la fiera del licensing "BLTF 2017"

■ Continua a crescere il mercato del licensing in Italia e aumenta il numero delle aziende interessate alla realizzazione di prodotti su licenza. Ne sono la prova i numerosi operatori che hanno visitato la Bologna Licensing Trade Fair (BLTF), l'unica fiera

Prossimo appuntamento a Bologna dal 26 al 28 marzo 2018

in Italia dedicata alla compravendita di licenze relative all'utilizzo di brand e caratteri affermati. Questa manifestazione, giunta alla decima edizione e organizzata da BolognaFiere, si è conclusa

ieri presso il Quartiere fieristico di Bologna. Il BLTF 2017 ha visto la partecipazione di 46 espositori, in rappresentanza di circa 800 brand. Presenti i maggiori player del settore del licensing in Italia (come CPLG, Rai, Rainbow e De Agostini Publishing) e anche big internazionali (Mattel, Warner Bros., Turner, Viacom, Sanrio, Hasbro). Durante la manifestazione, BolognaFiere ha annunciato che organizzerà a New York una nuova fiera professionale per la commercializzazione e lo scambio dei diritti editoriali. Prevista dal 30 maggio all'1 giugno 2018, vedrà anche la

presenza di una sezione dedicata al licensing, aperta alle aziende specializzate italiane ed europee.

"Il mercato del licensing continua a crescere e da dieci anni la nostra fiera interpreta al meglio questo trend positivo", ha dichiarato Marco Momoli, direttore commerciale Italia di BolognaFiere. "Nei tre giorni della manifestazione, il padiglione del licensing è stato molto affollato e gli stand dei nostri espositori hanno ospitato un gran numero di incontri con potenziali clienti. Sulla scia di questo successo,

abbiamo annunciato che la nostra nuova fiera nel 2018 a New York per la commercializzazione e lo scambio dei diritti editoriali ospiterà anche una sezione dedicata al licensing: intendiamo così offrire alle aziende italiane una nuova opportunità per sbarcare sul grande mercato americano con le proprie property".

Durante il BLTF 2017, si sono svolti circa 30 eventi, conferenze, presentazioni e performance, organizzati dalla fiera e anche dagli espositori. Il "Licensing Retail Day", giunto alla quinta edizione e organizzato in collaborazione con Largo Consumo, ha visto oltre 200 incontri b2b con la presenza di importanti reti di distribuzione europee e internazionali. Tra le novità, la prima edizione del "Bologna Licensing Award", un riconoscimento rivolto per i migliori programmi di licensing e sviluppo di prodotto realizzati nel biennio 2015-16 dagli espositori della manifestazione: i premi

sono stati assegnati a PappaPig, Barbie, i Puffi, i Rollinz, Despicable Me-Franchise Minions, Trolls e Paw Patrol. Il BLTF 2017 ha fatto registrare sui canali online una costante crescita: oltre 12mila gli utenti unici al sito di manifestazione, con oltre 67mila visualizzazioni di pagina. Inaugurato anche il nuovo profilo Twitter che, con oltre 200 tweet realizzati durante i tre giorni di fiera, si unisce al profilo LinkedIn già attivo. La prossima edizione del BLTF è prevista dal 26 al 28 marzo 2018, sempre in contemporanea con la grande Fiera del Libro per Ragazzi.



Bologna Licensing Trade Fair

Quartiere fieristico di Bologna
3 - 5 Aprile 2017
Padiglione 31 - Ingresso Costituzione
Orario: dalle 9.00 alle 18.30
www.bolognalicensing.com



Starbright Licensing al BLTF con la nuova serie televisiva Dragon Ball Super

Starbright Licensing ha organizzato al BLTF la "Dragon Ball Super Convention", un evento dedicato alla presentazione della nuova serie prodotta dalla giapponese Toei Animation e del relativo programma di licensing in Italia. Questo famosissimo manga è nato nel 1984 grazie a Akira Toriyama e finora ha dato vita a 3 serie cult: Dragon Ball, Dragon Ball Z e Dragon Ball GT. In oltre 30 anni, sono stati realizzati 508 episodi e 19 film. Con l'arrivo della nuova serie Dragon Ball Super, creata dall'illustratore Toyotaro, sono stati siglati accordi di licenza per numerose categorie merceologiche: Bandai è il master toy a livello globale, Giochi Preziosi è il licenziatario della collezione scuola, Preziosi Food produrrà uova di Pasqua, ovetti di cioccolato, snack salati e pandoro, Pannini realizzerà una collezione di figurine e Star Comics il fumetto manga. Sono in corso trattative anche per activity e colouring book, promozioni QSR, merende, scarpe e numerose altre categorie merceologiche. L'interesse degli operatori italiani, dopo la messa in onda su Italia 1 dei primi 26 episodi, è molto elevato ed è incoraggiato dai dati audience estremamente rilevanti: lo share italiano ha infatti superato addirittura quello giapponese.

WorldCart: la carta diventa un accessorio trendy

WorldCart è stata presente anche quest'anno al BLTF. Leader nel settore dei tessuti su licenza, ha una produzione che spazia dai prodotti per la casa agli accessori trendy in carta. WorldCart è partner di marchi internazionali, come Walt Disney e Universal Pictures Studios, e dispone di molti dei brand più affermati del momento, quali i Minions e i classici d'animazione come Frozen e Finding Dory. Al BLTF ha presentato in anteprima le novità per la stagione 2017-18, legate all'uscita dei film più attesi al botteghino (Cattivissimo me 3, I Puffi 3 - Viaggio nella foresta segreta e Cars 3), nonché i prodotti della Kartika Collection, brand di successo creato da WorldCart con linee di prodotti ideate e realizzate al proprio interno. Anche quest'anno, inoltre, le sedie di design in cartone prodotte da Cartonai - WorldCart hanno abbellito la sala che ha ospitato il "Licensing Retail Day", l'evento di appuntamenti one-to-one per i retailer con le agenzie e i licensors presenti al BLTF.

