

LA FIERA BLTF 2017 ASSEGNA I “BOLOGNA LICENSING AWARD”

Peppa Pig, Barbie, i Puffi e il fenomeno Rollinz sono alcuni dei protagonisti del “**Bologna Licensing Award 2017**”, il premio ai migliori programmi per lo sviluppo di prodotti su licenza realizzati nel biennio 2015-16 in Italia. Questi riconoscimenti saranno assegnati per la prima volta in occasione della prossima Bologna Licensing Trade Fair (BLTF), la fiera nel settore della compravendita di licenze e dello sviluppo di prodotti basati su marchi e property affermati, giunta alla decima edizione e organizzata da BolognaFiere, che si svolgerà dal 3 al 5 aprile prossimi nel Quartiere fieristico di Bologna, contemporaneamente alla grande Fiera del Libro per Ragazzi. I vincitori del “Bologna Licensing Award 2017” sono stati selezionati da una giuria di cinque esperti: **Francesca Ash**, fondatrice e co-editore delle riviste del gruppo Total Licensing Ltd; **Ivan Colecchia**, direttore generale per l’Europa dell’agenzia di consulenza Kidz Global; Daniela Di Maio, consulente nel settore del Kids Entertainment; **Armando Garosci**, giornalista del mensile Largo Consumo; **Roberta Nebbia**, rappresentante dell’Ufficio LIMA in Italia e direttore della società di consulenza **Licensing Italia**. L’obiettivo dei premi è dare maggiore istituzionalità e visibilità all’industria del licensing in Italia, valorizzando l’intera filiera del settore. Tutti i prodotti premiati saranno esposti al BLTF nel padiglione 31.

Quattro sono le categorie premiate con il “Bologna Licensing Award 2017”: Preschool, Kids, Teens e Adults. A queste, la giuria ha aggiunto un Premio speciale e due Menzioni speciali. Per la **categoria Preschool**, il riconoscimento è andato al brand **Peppa Pig**, gestito in Italia da ETS Studios, con riferimento ad un progetto promozionale sviluppato con Costa Crociere, in particolare – si legge nella motivazione – per “l’estensione del progetto, il coinvolgimento di bambini e famiglie e il tipo di licensing esperienziale, con la teatralizzazione del marchio, che ha vissuto al di fuori del piccolo schermo”. Per la categoria **Kids**, il riconoscimento è stato assegnato invece a Grani & Partners per la creazione e il brevetto dei pupazzetti che hanno spopolato nel 2016, i collezionabili **Rollinz**, in riferimento al progetto sviluppato per conto di Brand Loyalty e veicolato da Esselunga, per la “straordinaria capacità di progettare prodotti altamente collezionabili e con una tecnologia unica, avendo creato un fenomeno di mercato e social senza precedenti”.

Per la categoria **Teens**, il premio è andato al brand **Barbie**, gestito in Italia da Victoria Licensing & Marketing per conto di Mattel, con riferimento al progetto per Tezenis, per “la completezza dell’estensione della marca in un segmento teens, con integrazione tra retail, social e sviluppo prodotto e per la capacità di estendere un brand iconico in un’area adulta e renderlo fortemente aspirazionale, in una categoria di grande appeal per il target”. Per la categoria **Adults**, il riconoscimento è stato assegnato al brand **I Puffi**, gestito in Italia da The Licensing Company CAA – Global Brands Group, con riferimento al progetto di Forma Italia – Egan, per “la capacità di interpretare una property come i Puffi attraverso un trattamento stilistico adulto e ricercato, con una qualità del prodotto particolarmente alta e in grado di interpretare gli stati d’animo del consumatore”.

Il **Premio Speciale** è andato al brand **Despicable Me – Franchise Minions**, gestito in Italia nel biennio 2015-16 da CPLG Italy, per “la totale trasversalità del target, dai più piccoli ai più grandi e per la scelta particolarmente coerente di tutti i licenziatari partner, anche di profilo internazionale, che hanno sviluppato prodotti ricchi di innovazione e tecnologia”. La **Menzione Speciale per il Retail è stata invece assegnata al brand Trolls**, gestito in Italia da Planeta Junior Italia, per “una vasta progettazione di accordi con il retail e per la capacità di coprire in maniera mirata tutte le categorie di distribuzione, ideando anche progetti esplosivi dedicati e di impatto in ogni punto vendita selezionato”. La **Menzione Speciale per la Property rivelazione dell’anno 2015-16 è andata infine al brand PawPatrol**, gestito in Italia da Viacom International Media Networks Italia, per “il completo trattamento della property a livello multiplatforma e la piena penetrazione su tutte le categorie”.