

Italia, il punto sul licensing



Il mercato del **licensing** in Italia ha sviluppato nel 2015 un fatturato di 1,2 miliardi di euro per le royalty relative alla compravendita di licenze e allo sviluppo di prodotti basati su marchi e property affermati. Un business in notevole crescita che ha quasi raddoppiato gli incassi del 2013, quando il fatturato delle royalty aveva raggiunto i 680 milioni di euro. E' quanto emerge dalla nuova ricerca "**Italian Licensing Industry Survey 2017**", realizzata dalla società di consulenza **PwC** in collaborazione con l'associazione internazionale LIMA (Licensing Industry Merchandisers' Association). I risultati di questa ricerca sono stati annunciati in occasione dell'apertura oggi della fiera specializzata **Bologna Licensing Trade Fair** (BLTF), organizzata da BolognaFiere e giunta alla decima edizione, che si svolgerà fino a dopodomani 5 aprile nel Quartiere fieristico di Bologna, contemporaneamente alla grande Fiera del Libro per Ragazzi. Quest'anno al BLTF partecipano 46 espositori, in rappresentanza di circa 800 brand, su una superficie espositiva più ampia rispetto all'edizione 2016.

La ricerca “Italian Licensing Industry Survey 2017” è stata elaborata da PwC nel 2016 sulla base di un questionario inviato nel corso del 2015 a 183 aziende italiane (101 hanno risposto) attive nel mercato come licenzianti o agenzie di licensing. Il business più dinamico è risultato essere la moda, che ha fatto registrare 613,9 milioni di euro di incassi per le royalty (pari al 52,8% del totale). Altri settori importanti sono i character, cioè i personaggi lanciati dai cartoon, con un fatturato di 178,2 milioni (15,3%), l’automotive con 101,2 milioni (8,7%), l’abbigliamento con 86,4 milioni (7,4%) e lo sport con 56,9 milioni (4,9%). Sul totale di 1,2 miliardi di euro di fatturato per le royalty, la maggior parte proviene direttamente dall’Italia (477,6 milioni, 41,1%), seguita dal resto dell’Europa (293,7 milioni, 25,3%), dall’Estremo Oriente (178,1 milioni, 15,5%), dal Nord America (163,6 milioni, 14,1%) e infine dal Sud America (48,5 milioni, 4,2%).

La fiera BLTF 2017 si è aperta oggi a Bologna con la conferenza inaugurale sul tema “Come le tendenze digital nell’industria del giocattolo incidono sul licensing”, a cui hanno partecipato esperti di livello internazionale di ToyTrends, Kidz Global Europe, Spin Master Italy e Total Licensing. Nei tre giorni di manifestazione, sono previsti una decina di convegni ed eventi, dedicati in particolare alla produzione in Italia di prodotti premium (organizzato oggi da Leoni SpA), a Doraemon (CPLG Italy) e Dragon Ball Super (Starbright Licensing), alle attività di licensing degli illustratori e alle risorse pubbliche per l’animazione (entrambi organizzati da BLTF e Studio Legale Pellegrino), oltre alle presentazioni delle ultime property da parte di alcune aziende (Planeta Junior, Maurizio Distefano Advisory, Hasbro, Bic e Studio Bozzetto). In aggiunta a questi appuntamenti, il programma del BLTF prevede una ventina di preview e performance organizzate dagli espositori. Confermato anche il “Licensing Retail Day”, giunto alla quinta edizione e organizzato in collaborazione con Largo Consumo, che vedrà la presenza di importanti reti di distribuzione europee ed 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 PeppaPig, Barbie, i Puffi, i Rollinz, Despicable Me –Franchise Minions, Trolls e Paw Patrol. Ulteriori informazioni su www.bolognalicensing.com.