

Arriva il 5 aprile a Bologna la prima edizione dei Licensing Awards 2017, per premiare i programmi impegnati nello sviluppo dei migliori prodotti italiani su licenza

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, come riporta la nota stampa, 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: Preschool, Kids, Teens e Adults. A queste, la giuria ha aggiunto un premio e due menzioni speciali. Di seguito le varie assegnazioni:

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 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".

Infine nella categoria Adults, è risultato vincitore il 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, 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".

Ulteriori informazioni sul programma del BLTF 2017 su www.bolognalicensing.com.