



18 Febbraio 2013 • Events (Others)

Anteprima. Estratto delle interviste del Manuale del Licensing

Licensing Italia ha curato l'edizione italiana del testo americano *Basics of Licensing*, scritto da G. Battersby e D. Simon e promosso da LIMA (International Licensing Industry Merchandisers' Association), edito in Italia da FrancoAngeli con il titolo *Il Manuale del Licensing*.

Il Manuale del Licensing è stato arricchito con interviste ad alcuni protagonisti del licensing italiano, con Luigino Rossi (RossiModa), Oscar Massari (BIC Licensing), Giancarlo Fergnani (Premium Licensing) e Roberto Lanzi (Sanrio).

Li©ensin terview

Nonostante il settore del licensing in Italia abbia iniziato concretamente a strutturarsi solo a partire dagli anni 2000, già a partire dagli anni '60 alcuni imprenditori italiani hanno intuito che il licensing poteva rappresentare un modello di business innovativo e remunerativo. Tra questi spicca, senza dubbio, Luigino Rossi che, del licensing italiano, rappresenta uno dei più illustri precursori.

Luigino Rossi, RossiModa ha raccontato come è iniziata la sua "avventura" nel licensing della moda, circa sessant'anni fa: *"L'intuizione di produrre e vendere dei prodotti in licenza con marchi francesi è maturata dopo aver prodotto calzature con il marchio Christian Dior come terzista del calzaturificio Jourdan, situato a Romans in Francia, che gestiva la licenza di questo marchio. [...] Il perché era semplice: a parità di prodotto i prezzi al dettaglio assorbivano facilmente i maggiori costi di royalty e delle altre spese collegate al contratto, lasciando margini più che raddoppiati rispetto alla media del settore."*

"Il licensing dipende dal mercato reale e questo è senz'altro in continua evoluzione. La globalizzazione ha uniformato molto gusti e tendenze che un tempo erano molto più connotate da differenze locali ed ancora, la distribuzione nel nostro Paese sta subendo importanti cambiamenti. Ritengo tuttavia che l'approccio non debba essere oggi o domani molto diverso da quello precedente: se il licensing ha il compito di dare valore aggiunto a prodotti e servizi, gli operatori del settore devono oggi, come allora, acquisire una sensibilità particolare per comprendere i cambiamenti in atto e riuscire a dare le risposte che il licensing può dare alle esigenze dei mercati in evoluzione." - Sono le parole di **Giancarlo Fergnani**, senza dubbio uno dei primi a portare l'entertainment licensing in Italia con i personaggi di Warner Bros., DC Comics, Mattel, MGM, United Artists e molti altri. *"Il comune denominatore è sempre lo stesso: il licensing deve essere gestito da chi ha passione e particolare sensibilità di marketing, oltre che da operatori seri: solo in questo modo si riusciranno a trovare le soluzioni ottimali perché il valore aggiunto del licensing sia veramente significativo e in grado di fare la differenza per i mercati."*

Oscar Massari, dopo aver collaborato in qualità di Partner con la Premium di Giancarlo Fergnani, diventa nel 1977 Licensing Consultant per il nascente Gruppo Fininvest, con cui collabora fino al 1988. Fonda intanto la BIC che ancora oggi è una delle principali agenzie di licensing sul mercato italiano e che gestisce da sempre la licenza *Peanuts*. Alla domanda su quali siano i fattori che hanno determinato e tutt'ora determinano lo straordinario successo licensing dei *Peanuts*, Massari risponde così: *"Non è facile individuare le ragioni di un successo così duraturo! Si può ipotizzare che i Peanuts e in particolare Snoopy esprimano valori, contenuti, emozioni e motivazioni positive e "intelligenti". Nelle strips di Schulz si affonda a piene mani nella quotidianità e si parla di come sia complicato vivere, anche da bambini, ma se ne parla con tenerezza e delicatezza. In altre parole i Peanuts ci assomigliano con le loro manie, le loro ossessioni e con i loro sogni: insomma ci fanno sorridere e accettare meglio noi stessi e gli altri. In estrema sintesi il poeta Schulz è riuscito con i Peanuts a capitalizzare sull'esperienza umana come nessun altro autore nel mondo del fumetto."*

Roberto Lanzi è probabilmente l'italiano più conosciuto a livello internazionale nel mondo del licensing. Dopo un passato da musicista, Roberto Lanzi ricopre oggi la carica di COO (Chief Operating Officer) presso Sanrio, la società giapponese creata nel 1960 da Mr Shintaro Tsuji, nota in ogni parte

Il mercato del licensing in un click
Cerca tra oltre 3.000 licenze internazionali

Tipologia

Categoria

CERCA

NEWS

Pininfarina rafforza le sue partnership e firma nuovi accordi
Chivas Regal 18 Years Old e Pininfarina si sono uniti per per la prima volta per creare la limited edition...

> **La Pasqua 2013 è ancora più dolce per CPLG Italia**

> **A Milano: Presentazione del libro "Il Manuale del Licensing"**

> **Il Manuale del Licensing**

> **Anteprima. Estratto delle interviste del Manuale del Licensing**

NEWS PIÙ LETTE

- > I principali elementi di un contratto di licenza
- > La terza volta di Barbie Pink Tour
- > Le anteprime di BLE 2011
- > Snoopy on Parade a Lisbona
- > **Lulù Brum Brum: la nuova licenza pre-school di Mondo TV CP**

CATEGORIE NEWS

- > Animation & Characters
- > Brands
- > Events
- > Music
- > Publishing, Comic Book
- > Art
- > Celebrities & Music
- > Fashion
- > Other
- > Sports

POPULAR TAG

net-a-porter, The Walt Disney Company, I Puffi, De Agostini, Mondadori, Warner Bros. Consumer Products, DC Entertainment, Sony Pictures, Lego, Marvel, Snoopy on parade, My Cat Pip, Backstage, Adidas, Bright Group International,

MOVIE LICENSING

- > Transformers 4
- > Gozilla
- > Captain America: The First Avengers
- > Planes
- > Thor: The Dark World

del mondo soprattutto per lo straordinario fenomeno Hello Kitty.

Considerando che *Il Manuale del Licensing* vuole essere uno strumento operativo e di formazione per gli addetti ai lavori, a tutti i livelli, alla domanda "Quanto conta la formazione per la crescita del settore del licensing?", Roberto Lanzi ha risposto: "Credo molto nella formazione come strumento di crescita. Per affrontare in maniera professionale questo settore occorre investire in programmi di formazione che analizzino tutti i principali aspetti del mercato dagli aspetti di marketing a quelli legali. Sanrio sta valutando di promuovere un programma formativo presso tutti i propri uffici presenti nel mondo per creare nei dipendenti una maggior consapevolezza del lavoro che svolgono."

TAG Bic Licensing, Licensing Italia, Sanrio, Premium, Il Manuale del Licensing, Luigino Rossi, RossiModa, Oscar Massari, Giancarlo Fergnani, Roberto Lanzi,

TORNA INDIETRO

> [La Sirenetta](#)

EVENTI

12/03-14/03, www.licensingshowrussia.com
Licensing@Russia

25/03-27/03, Bologna Fair Centre, Piazza
Costituzione Entrance Bologna, IT
Bologna Licensing Trade Fair

08/04-11/08, Palais des Festivals - Cannes FR
MIPTV

Gestisci una licenza?
Segnala le tue novità e partecipa al portale

Licensing Italia, Ufficio di Rappresentanza in Italia del LIMA, è la prima società di consulenza in Italia specializzata in materia di licensing ed è il punto di riferimento per tutti coloro che operano nell'ambito del Brand Licensing e dell'Entertainment Licensing.



© 2011 Licensing Italia - Tutti i diritti riservati - P. IVA 05636310962
Mappa del sito - Contatti

SERVIZI

- Consulenza
- Ricerche di Mercato
- Formazione
- Networking
- Advertising
- FAQ

DATABASE

- Licenzianti
- Licenze
- Licenziatari
- Fornitori di servizi

SEZIONI

- Home
- Chi siamo
- Servizi
- Licensing Seminars
- News
- Licensing Database
- Movie Licensing
- Fiere & Eventi
- Lima
- Blog
- Contatti