

Licensing

CHARACTER E BRAND A SERVIZIO DEL TOY

Il giocattolo è da sempre uno dei settori merceologici più preziosi per il mercato del licensing e il licensing rappresenta una risorsa fondamentale per il mercato del giocattolo. Ecco una panoramica delle property in focus per alcuni tra i più importanti player operanti in Italia.

di Giancarlo Contieri

GERONIMO STILTON NEL REGNO DELLA FANTASIA

Basata sulla fortunata serie di volumi *Viaggio nel Regno della Fantasia*, *Geronimo Stilton nel Regno della Fantasia* unisce la simpatia del topo giornalista al fascino di mondi popolati da elfi, gnomi e folletti, streghe e altri personaggi fantastici. Ad oggi sono stati pubblicati otto racconti (il prossimo è in uscita a settembre 2013), per un totale di oltre 1.800.000 copie vendute solo in Italia. La licenza (target boys 6-12) si presta a prodotti collezionabili, progetti che sfruttano la notorietà di una storia già raccontata per realizzare un "nuovo capitolo" e a prodotti con un look & feel epico ma al contempo divertente. Tra i progetti più importanti fin qui realizzati, due videogame **Sony** (il primo ha venduto oltre 160.000 copie in Europa tra novembre 2011 e gennaio 2012; il secondo è stato lanciato nell'autunno del 2012) e musical realizzati in Europa e Canada.

↳ LICENSOR: Atlantyca Entertainment



WWE

Dal primo gennaio 2013 **Backstage Licensing** rappresenta i diritti per l'Italia di **World Wrestling Entertainment**. Tra i punti

di forza del brand, una notorietà consolidata, una forte componente d'azione, l'ampio numero di personaggi, lo sviluppo di prodotti collezionabili e l'esposizione mediatica su diverse piattaforme. **Backstage** intende sviluppare un piano di licenze indirizzato a un target 6-12 anni (core 6-9) con l'obiettivo di arrivare al 2014 con una gamma completa di prodotti, integrando l'offerta di player internazionali attivi sul territorio. Per il giocattolo, **Mattel**, master toy licensee, è presente con un'ampia line up di action figure articolate; altri partner internazionali sono **THQ International** (videogame), **Fremantle Media** (home entertainment) e **Topps** (sticker album e trading card game).

↳ LICENSOR: Backstage Licensing (agente)

CATTIVISSIMO ME 2

Uscirà al cinema nel 2013 una nuova avventura di *Cattivissimo Me*, film **Universal** uscito con successo nel 2010. *Cattivissimo Me 2* sarà supportato da un consistente piano marketing: pubblicità su Tv, stampa, radio e web (**Youtube** e social network), campagne ed eventi promozionali e partnership con i maggiori brand digitali. Il core target è bambini 4-8 anni (target secondario, la famiglia). Punti di forza sono: consolidata awareness, collezionabilità e comicità. Tra i partner internazionali figura **McDonald's**, che sarà presente con una promozione *Happy Meal*; la Master Toy è di **Thinkway Toys**, che ha sviluppato una gamma di giocattoli che include giochi interattivi, action-figure, bambolotti, playset, veicoli e giochi di ruolo ed è distribuita in Italia da **Mondo**.

↳ LICENSOR: CPLG (agente)



MONSTERS UNIVERSITY

Sono circa 125 (per un totale di oltre 1.000 prodotti) gli attuali licenziatari di *Monsters University* il film **Disney-Pixar** in uscita la prossima estate. Dal suo lancio nel 2001 ad oggi, la property *Monsters & Co.* ha fruttato 525 milioni di dollari al box office mondiale e 1,5 miliardi di dollari per le vendite al dettaglio mondiali dei prodotti. *Monsters University* sarà supportato da linee di prodotti di cartoleria, abbigliamento e accessori, decorazioni per la casa, libri e una rivista, prodotti alimentari e articoli per la cura e la bellezza. La linea di giocattoli comprende modellini, veicoli, set di gioco, personaggi di peluche, articoli pre-school e telecomandati e vede, tra i partner, **Spin Master** e **Fisher-Price**.

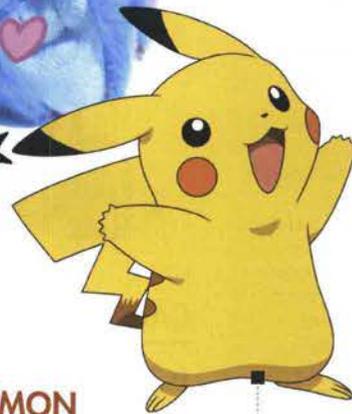
Disney Interactive, inoltre, inserirà i personaggi del film della sua linea innovativa di videogame **Disney Infinity**, che sarà lanciata a giugno.

↳ LICENSOR: Disney Consumer Products

DUE FANTAGENITORI

Prosegue nel 2013 il programma licensing di *Due Fantagenitori*, property chiave del portafoglio di **K2** e **Frisbee**. La property racconta del magico mondo di Timmy, un ragazzino di 10 anni protetto da Cosmo e Wanda, i due spiritelli che hanno il potere di esaudire tutti i suoi desideri. Il brand, che si rivolge a un target di bambini e bambine 4-12 anni, è apprezzato anche dai genitori per i valori positivi (ironia, amicizia, creatività) che trasmette. Dopo gli interessanti riscontri nel Publishing, l'esordio con la collana di Dvd con **Corriere della Sera** e la Sticker Collection con **Panini**, la property ha debuttato nel food con le Uova di Pasqua a marchio **Bauli** e nell'abbigliamento con le linee **Grimaldi Industry** e **Franzoni**. Il programma licensing punta ora sul Toys per poi ampliarsi in altre categorie merceologiche chiave.

↳ LICENSOR: K2/ Frisbee



POKÉMON

Brand a target maschile 5-11 anni, apprezzato anche dalle ragazzine, *Pokémon* ha consolidato la propria popolarità anche grazie alla visibilità in Tv: **K2** ha l'esclusiva in chiaro delle nuove serie e dei film d'animazione (i lanci del 15° film e della 16° stagione inedita sono previsti per il 25 aprile e per il 2 maggio prossimi). Il Toys è una delle categorie key-driver per lo sviluppo della property (**Tomy** produce la linea di giocattolo distribuita da **Giochi Preziosi**) ma il programma di licensing prevede la creazione di un assortimento articolato, con il lancio di categorie complementari come puzzle e game, consumer electronic, dress up, party goods e melamina.

↳ LICENSOR: K2/ Frisbee (agente)

Licensing

MERCATO IN CRESCITA



Roberta Nebbia

Lo scorso 19 febbraio, in occasione della prima giornata dei *Licensing Seminars 2013*, gli incontri formativi sul mercato delle licenze organizzati da **Licensing Italia** ed Editoriale **Duesse**, è stata presentata la prima ricerca di mercato condotta nel settore del licensing in Europa. Ne abbiamo parlato con **Roberta Nebbia**, ad di **Licensing Italia/LIMA Italy**, che ha commissionato la ricerca.

Da chi e con quali modalità è stato svolto lo studio?

«La ricerca è stata condotta da **PwC**, che da anni è impegnata con **Licensing Italia** per promuovere attività di formazione su questo mercato, con la stessa metodologia utilizzata dalla **Yale School of Management** per condurre quella sul licensing negli Stati Uniti: è stato cioè inviato un questionario ai 200 principali licensor e agenzie di licensing operanti sul mercato italiano che ha permesso di determinare il valore delle revenue incassate in riferimento sia al mercato italiano sia a quelli internazionali. Il campione era composto da licensor e agenzie appartenenti a tutti i settori del licensing, in modo da poter avere una rappresentazione complessiva del mercato».

Quali risultati sono emersi?

«I dati confermano che il settore del licensing è di

APE MAIA



In onda con la nuova serie in 3D da settembre 2012 su **Rai Due** (e dai prossimi mesi anche su **Rai YoYo**) l'**Ape Maia** vanta già oltre 60 accordi di licenza, che spaziano dal back to school, al tessile casa, stickers, libri, fazzoletti di carta, personal care, abbigliamento e accessori moda, carte augurali, decorazioni dolci, carte prepagate e tanti altri prodotti. Per il Toys sono stati firmati accordi con **Giochi Preziosi** (distribuzione **Imc Toys**), **Androni Giocattoli** (costruzioni), **Clementoni** (puzzle, edukit e altro), **Rocco Giocattoli** (distributore **Baobab**), **Villa Giocattoli** (bolle sapone), **Mondo** (palloni), **Flexmetal** (palloncini), **Smoby** (Outdoor), **Pik&Roll** (biciclette), **Tap Ball**, **Play by Play** (plush distribuiti da **Famosa**) e **Coolthings** (capsule toys).

↳ LICENSOR: Planeta Junior (agente)



EXTREME FOOTBALL

Maga Animation Studio gestisce i diritti di licenza per l'Italia di **Extreme Football**, serie co-prodotta con **Tele Images Zodiak Kids** e già venduta a **Rai Fiction** (per **Rai 2** e **Gulp**), **France Télévisions** e **Lagardère**. Spin off dal tradizionale 5-a-side, **Extreme Football** incorpora altri sport urbani e spettacolari e acrobatici, che esaltano il talento individuale, abbracciando i valori quali solidarietà, rispetto, impegno e passione. La consegna degli episodi (39x26') inizierà il prossimo autunno per completarsi entro la fine del 2014 e sarà accompagnata da presenza sul web e da una mobile app, una raccolta di romanzi (**Hachette**), fumetti (**Soleil**) e libretti di attività.

↳ LICENSOR: Maga Animation Studio

CALIMERO

Nel 2013 **Calimero** (290 episodi trasmessi in più di 80 Paesi in tutto il mondo) celebra il suo 50° anniversario con il lancio di una nuova serie Tv in 3D (104x11'), che sarà trasmessa in Italia dalla **Rai** (partner co-produttivo). **Calimero** è sul mercato con prodotti che vanno dagli articoli da regalo alle figure in 3D e una style-guide per il 50° anniversario, basata sui disegni classici, è stata creata con il supporto dell'agenzia specializzata **Warm Up**. Partner nel mondo del Giocattolo sono **Nicotoy** (distribuita da **Simba/Smoby**), che lancerà una linea di peluche di svariate misure, pupazzi in stoffa, tappetini da gioco e prodotti per la prima infanzia, e **Androni Giocattoli** per accessori e giocattoli da mare che includono secchielli, palloni, kit da spiaggia e altri articoli.

↳ LICENSOR: TeamEntertainment (agente)

PUCCA

Nata nel 2000 come protagonista delle cartoline animate virtuali dell'azienda coreana **Vooz**, *Pucca* è oggi popolare in tutto il mondo e dal 2006 è anche la protagonista di un fortunato cartone animato. Il target è femminile, kids e teen; i punti di forza, amore, elementi fashion, riconoscibilità e stile grafico semplice ma di forte impatto visivo. *Pucca* è presente con consumer product nei settori abbigliamento, back to school, personal care e gift e gadget.

➔ LICENSOR: The Licensing Factory (agente)



ADVENTURE TIME

La serie animata *Adventure Time*, prodotta dai **Cartoon Network Studios**, narra le vicende surreali di due amici per la pelle: Finn, un 12 enne che desidera diventare un grande eroe, e Jake, un cane saggio con poteri magici. I due amici usano tra loro un linguaggio ai limiti del non-senso, spesso intriso di citazioni della cultura pop moderna. Le licenze comprendono già categorie merceologiche come abbigliamento, comic book, sticker e sticker album. A livello internazionale è attiva una partnership con **Jazwares**, che ha sviluppato una linea toy con action figure, personaggi collezionabili, peluche e gadget.

➔ LICENSOR: Cartoon Network Enterprises

BEN 10: OMNIVERSE

Ben 10 è sbarcato su **Cartoon Network** a ottobre 2012 con la nuova serie animata *Ben 10: Omniverse*. La serie, che vede un restyling del personaggio e introduce nuovi alieni, rinnova la vita della property: sono già presenti a scaffale numerosi giocattoli dedicati alla serie, insieme alle action figure e a giochi di ruolo, veicoli e set di gioco. Inoltre **Giochi Preziosi** distribuisce da marzo la nuova linea *Ben 10 Omniverse* di **Bandai**. Tra le novità, l'*Omnitrix touch*, personaggi deluxe e personaggi base e gli accessori *tech gear* (un arco, una granata esplosiva, un periscopio per vedere senza essere scoperti e occhiali speciali che trasformano la vista).

➔ LICENSOR: Cartoon Network Enterprises

dimensioni superiori rispetto a quanto ipotizzato finora. Il valore totale delle revenue indicate dai rispondenti, che sono stati il 53% del totale campione, è di 350 milioni di euro che, secondo **PwC**, potrebbe portare a una stima complessiva del mercato in termini di retail sale intorno ai 6 miliardi di euro. Interessante, inoltre, il dato di trend registrato, che mostra una crescita del 6% nel 2011 contro il 2010, e quelli riferiti alla distribuzione geografica delle revenue, che testimoniano che una parte consistente di quelle incassate da licensor e agenzie con sede in Italia deriva dai mercati esteri, in particolare europei». **Durante la prima giornata dei Seminars è stato presentato anche il Manuale del Licensing, testo promosso da Lima, scritto da Gregory J. Battersby e Danny Simon ed edito da FrancoAngeli. Quali sono i suoi contenuti principali?** «Il *Manuale del Licensing* è uno strumento operativo rivolto sia a chi si accosta per la prima volta al mercato del licensing sia ai professionisti che operano da tempo nel settore e contiene informazioni e case history di grande utilità. Il libro accompagna il lettore attraverso tutte le fasi del processo di licensing, approfondendo ogni aspetto rilevante, inclusi i principali standard contrattuali. L'edizione italiana, inoltre, è stata integrata da contenuti specifici relativi al nostro mercato, tra cui interviste esclusive ad alcuni protagonisti del licensing italiano - **Luigino Rossi, Giancarlo Fergnani, Oscar Massari e Roberto Lanzi** - che raccontano la propria esperienza e offrono la possibilità di conoscere quali sono stati gli esordi del licensing in Italia e quali possono essere le sue prospettive future».

Licensing

MATTEL LICENSING DAY



Eleonora Schiavoni

Lo scorso 26 febbraio si è svolto il *Mattel Licensing Day*, giornata di presentazione dei brand della multinazionale. All'evento, che ha ospitato la premiazione di alcuni dei licenziatari distintisi nel 2012, ha preso parte **Eleonora Schiavoni**, Managing Director di **Victoria Licensing & Marketing**. «Il licensing legato ai brand **Mattel** - ha spiegato **Schiavoni** - è cresciuto dal 2010 al 2012 del 34%. Obiettivo per il 2013 è crescere ancora, puntando sulla copertura di tutti i canali per la distribuzione dei prodotti su licenza, sul supporto del category key driver e su investimenti e integrazioni per quanto riguarda tutti i brand **Mattel**. Contiamo di puntare su nuovi strumenti di espansione del business, tra cui loyalty program, innovazione dei prodotti e experience program». Tra le novità presentate per il Giocattolo, la nuova gamma *Cosmetic Card* di **Nice**, i plush con playset degli animali del mondo *Barbie* realizzati con **Venturelli**, una linea di speciali puzzle *Barbie* di **Clementoni**, gamme per la categoria Role Play e Dress Up di **Amscan** (distribuita in Italia da **Joker**), **HTI (Grandi Giochi)** e **AmEurop (Rocco Giocattoli)** e il tablet di *Barbie* di **Lexibook** in arrivo per il Natale 2013.

BARBIE

Barbie ha iniziato il 2013 con una grande novità: l'ingresso nel mondo dei giochi di costruzioni con una nuova collezione firmata **Mega Bloks**. La collezione completa include dei playset *Build 'n Style* compatibili tra loro, tra cui il *Negoziò dei Cuccioli*, il *Party in Piscina*, la *Boutique d'Alta Moda*, la *Casa di Lusso* e molti altri ancora. La caratteristica unica della linea **Mega Bloks** consiste nell'includere nella maggior parte dei playset una "base di costruzione" rimovibile, sulla quale costruire le diverse location. E per rispettare la chiave fashion che contraddistingue il mondo di *Barbie*, ogni playset include uno o più personaggi, tra cui *Barbie* e le sue amiche, con abbigliamento e acconciature intercambiabili.



↳ LICENSOR: Victoria Licensing & Marketing (agente)

MAX STEEL

Con il lancio di *Max Steel*, **Mattel** punta a creare un nuovo personaggio di riferimento per il target boys. Azione e supereroi sono gli ingredienti di questo brand già di successo nei Paesi in cui è stato lanciato (in America Latina è la top property per le action figure). La serie è partita ad aprile su **Cartoon Network** (tutti i giorni in fascia preserale) e da settembre sarà anche su **Boing**. Per il licensing, la categoria portante sarà quella del giocattolo, sviluppata da **Mattel**, che sarà seguita da quelle più adiacenti al settore: role-play e sporting goods. A seguire saranno sviluppate tutte le altre categorie in una logica di franchise, come già avvenuto in passato per *Monster High*.

↳ LICENSOR: Victoria Licensing & Marketing (agente)



TOM&JERRY

Tom&Jerry è una delle property di punta per **Warner Bros. CP** per il 2013 nel Giocattolo. Da metà 2012 master toy licensee in Europa Occidentale è **Giochi Preziosi**, che ha firmato un accordo triennale per la produzione di una gamma completa, con personaggi basic, playset ed action game. Pur essendo trascorsi oltre 70 anni dalla messa in onda del primo cortometraggio, *Tom&Jerry* gode ancora di una forte esposizione mediatica: **Cartoon Network** e **Boomerang** e specifici partner regionali (**Italia 1** per l'Italia) trasmettono le serie animate in tutta Europa.

↳ LICENSOR: Warner Bros. Consumer Products

