

Scenari & trend: bambini e ragazzi

Il segmento che «tiene»

Si confermano i trend di crescita positivi degli editori per ragazzi. Tra nuove tecnologie e maggiori rapporti con l'estero

Come consuetudine, anche quest'anno Scenari & Trend del numero di marzo del «GdL» è dedicato all'editoria per ragazzi. Un segmento che negli ultimi anni ha registrato trend positivi di crescita costante, spesso in controtendenza rispetto al resto del mercato. Abbiamo chiesto ad alcuni editori di raccontarci la loro esperienza in questo ambito, facendo un bilancio

sull'andamento della loro casa editrice nel corso del 2010 e descrivendo la loro proposta editoriale, ma non solo. Ci interessava avere il loro punto di vista anche sull'andamento delle vendite nei diversi canali (librerie indipendenti, di catena, on line e GdO), cercando di prevedere l'evoluzione degli stessi nei prossimi anni. Non poteva mancare poi la parte tecnologica:

come si stanno muovendo relativamente all'editoria digitale, ai prodotti «arricchiti» con immagini, audio, video e alle app per smartphone e tablet? E per quanto riguarda l'internazionalizzazione e l'import/export di diritti, anche per loro continua il trend positivo di tutto il segmento ragazzi? Quali sono i rapporti con l'estero? Via libera alle risposte. (I. Barbisan)

Edicart



Fabrizio Cattaneo (Responsabile commerciale Italia).

Il 2010 per noi è stato un anno davvero eccellente, con risultati superiori alla crescita media del mercato. Ottimi risultati per i prodotti di catalogo, entusiasmanti risultati con le nuove licenze: cito a titolo di esempio Hello Kitty, Scooby-Doo, Barbapapà. Per il 2011 puntiamo sul rafforzamento delle proprietà attuali e su due novità: Heidi e Lego-Duplo, per la prima volta nei nostri libri.

Per quanto riguarda i canali, vi è stato un positivo andamento comune. Le librerie, soprattutto quelle di catena, si sono aperte all'inserimento del prodotto non-libro, ambito in cui noi siamo pionieri da alcuni anni. Riteniamo che la libreria indipendente, se crederà nell'introduzione dei prodotti non-libro, potrà trovare nuove fonti di guadagno che nulla toglieranno alla vendita dei libri tradizionali.

Per quanto riguarda la GdO, pensiamo che ci siano ancora margini di espansione da ricercare principalmente nella riqualificazione dei punti vendita, mentre le vendite on line

dovrebbero ulteriormente espandersi per poi trovare però una soglia, comunque minima rispetto al mercato, oltre la quale sarà difficile crescere. Osserviamo che i bambini di oggi,



che pur non hanno affatto abbandonato il libro nella sua veste cartacea, hanno grande facilità nell'utilizzo di tecnologie multimediali: dagli smartphone a Internet, fino ai software didattici in uso ormai in molte scuole. Già nel 2010 siamo stati attenti a incrementare i nostri cataloghi con libri doppiamente fruibili, in modo tradizionale e multimediale; i risultati sono stati buoni, tant'è che prevediamo un ulteriore incremento di pubblicazioni per il 2011, sempre più ricche di interazioni con il nostro sito dove potranno essere scaricate applicazioni multimediali affiancate alle edi-

zioni cartacee in modo immediato. **Marina Giacomini (Responsabile editoriale).** Edicart è sempre stata caratterizzata da una forte spinta verso i mercati esteri proponendo in prima istanza i nostri prodotti ma anche creando prodotti ad hoc, cercando di soddisfare le richieste dei diversi Paesi, senza però mai scendere a compromessi con la qualità. Il mercato europeo rappresenta il principale sbocco per la nostra produzione. Da poco sta facendo capolino anche un certo interesse



dall'area asiatica. Le diverse situazioni dei mercati, i rischi connessi ad un'economia che ultimamente risulta essere particolarmente instabile, ci ha portato a modificare in parte le nostre proposte commerciali aprendoci alla cessione di diritti, pur continuando a mantenere le coedizioni come nostro punto di forza.