

Scenari & trend: bambini e ragazzi

25 anni da

Il gruppo **Edicart** festeggia l'anniversario dei 25 anni di attività,

Intervista a Ezio Cagnola*

Edicart è un gruppo editoriale che non ha bisogno di presentazioni. Da 25 anni è presente con successo sul mercato del libro per ragazzi attraverso numerose collane destinate ai più piccoli, e non solo. Accanto ai famosi Libri del cuore, nati nel 1990, di cui sono state vendute oltre 5 milioni di copie, nel tempo l'offerta di **Edicart** si è arricchita con titoli per adulti sofisticati e caratterizzati, come i famosi libri della fotografa australiana Anne Geddes, l'esclusiva italiana di alcuni marchi stranieri di grande appeal come Barbie, Hello Kitty, Marvel con i suoi eroi, così come molti prodotti non book che oggi caratterizzano la proposta del gruppo.

Una casa editrice «nata da una grande passione in un momento in cui il mercato stava crescendo, che ha saputo cogliere sfide e opportunità sapendosi aggiornare costantemente e sfruttando quel pizzico di fortuna necessaria per realizzare le grandi imprese». Così afferma modestamente Ezio Cagnola, fondatore del gruppo **Edicart**, che ha trascorso una vita intera tra i libri iniziando a lavorare nell'editoria quand'era appena sedicenne. Dopo 20 anni in Mursia e una solida esperienza alle spalle, decide nel 1986 di lanciarsi in una nuova avventura e di creare il gruppo **Edicart**, specializzato in libri per bambini e oggi leader di questo segmento di mercato. Nato da due persone, Ezio Cagnola stesso e la signora Marina Giacomini, tutt'ora in azienda, oggi conta 45 dipendenti, compresi i figli del fondatore Luigi e Annamaria che lo affiancano ormai da vent'anni alla guida del gruppo. Abbiamo fatto quattro chiacchiere proprio con lui, Ezio Cagnola, attuale presidente di **Edicart**.

* Presidente e fondatore di **Edicart**

Da 25 anni presenti sul mercato. È cambiato il vostro pubblico di riferimento? Quali sono le tendenze e cosa vogliono oggi i giovani lettori?

Il libro per bambini una volta era da leggere mentre oggi è da guardare, aprire, toccare, uno strumento con cui giocare. Noi siamo stati all'avanguardia in Italia proponendo per primi alcuni prodotti che arrivavano dall'estero: penso ad esempio al libro pop-up, al libro musicale, a quello con i glitter o le finestrelle, oppure ai libri con dentro decine di cose da fare che sviluppano la manualità dei bambini. Tutti prodotti

che derivavano dal mondo anglosassone che è pioniere nelle sperimentazioni e negli investimenti in questo settore.

E per quanto riguarda la distribuzione? Come sono cambiati i diversi canali nel corso degli anni?

Il cambiamento dei gusti del pubblico è strettamente legato secondo me all'offerta editoriale e ai canali di distribuzione. Quarant'anni fa, quando ho iniziato, i libri per bambini si regalavano solo a Natale o in occasioni particolari, anche perché mancava un'offerta specifica. Solo negli

