

**FESTEGLIA I 25 ANNI****Edicart** e li dimostra tutti.

## Per fortuna...

Poche realtà possono vantare una storia di così rapida e costante crescita. E' una delle principali case editrici di libri per bambini e ragazzi con un fatturato di 12 milioni di euro nel 2010 (+10% rispetto all'anno precedente), 45 dipendenti, tra i 6.000 - 7.000 titoli in catalogo, 350-400 novità l'anno nelle varie sigle editoriali (**Edibimbi**, Crealibri, Doremi, **Edicart**), 7.000 punti vendita tra librerie, cartolerie e grande distribuzione. Il successo del marchio dal 1986 deriva principalmente dalle sue innovazioni costanti, dalla sua profonda conoscenza del mercato, dalla sua capacità di anticipare le tendenze. Il gruppo nasce nel 1986 per volontà di Ezio Cagnola che ha trascorso una vita intera tra i libri iniziando a lavorare nell'editoria quando era appena sedicenne. La vocazione ai libri per bambini è l'impronta distintiva che oggi come allora caratterizza la produzione del Gruppo. In questi ultimi anni è il mercato ad essere cambiato. L'editoria per ragazzi ha registrato trend positivi di crescita costante, anche in controtendenza rispetto al resto del settore. "Il libro per bambini un tempo era da leggere, mentre oggi è da guardare, aprire, toccare, uno strumento con cui giocare" spiega Ezio Cagnola. "Siamo stati all'avanguardia e abbiamo saputo per primi importare dal mondo anglosassone che è pioniere nelle sperimentazioni di questo settore volumetti pensati per i piccoli lettori che di speciale hanno l'abbinamento tra la filosofia del libro come strumento didattico e quella del gioco". Un tempo i libri si regalavano solo a Natale o in occasioni particolari. Oggi invece grazie all'ampliamento dell'offerta e dei canali distributivi il libro per bambini non è più solo un regalo ma è diventato un prodotto che si compra in diverse occasioni. "Le



mamme arrivano in libreria con le idee ben chiare. Soprattutto per quanto riguarda i titoli con protagonisti i personaggi dei cartoni animati, sono ligie alle richieste dei bambini" è quanto sostiene Fabio Lagianella, titolare della Libreria del Corso di Milano. Anche in questo **Edicart** è stata pioniera stringendo negli anni i più importanti accordi di licensing del settore a comin-

ciare con la Warner Bros. e con Fisher Price circa 20 anni fa, ai libri di Anne Geddes, la fotografa australiana con circa 100.000 copie vendute, ai più recenti diritti per la pubblicazione dei libri di Heidi, Scooby Doo, Barbapapà, Hello Kitty, Barbie, Spider Man e gli altri eroi della Marvel, che insieme ai "non book" hanno permesso di allargare la presenza anche alla grande distribuzione e di continuare a crescere malgrado il periodo di crisi. Alla fiera del libro di Bologna è stata presentata una nuova collana di libri prodotta per la Lego, la più nota azienda di giocattoli al mondo. In questi decenni anche la società è cambiata. I bambini di oggi hanno grande facilità nell'utilizzo delle nuove tecnologie multimediali: dagli smartphone a internet ai software ormai in uso in molte scuole. Ma oggi c'è anche una maggior attenzione al processo di sviluppo psico-affettivo in età evolutiva e la consapevolezza che è importante avvicinare i bambini fin dalla più tenera infanzia al mondo dei libri. La lettura delle fiabe ad alta voce è un sicuro veicolo di coinvolgimento emotivo e rafforza il legame con l'adulto, favorendo l'apprendimento. **Edicart**, per restare al passo coi tempi, negli ultimi anni ha introdotto collane con cd-rom interattivi doppiamente fruibili, in modo tradizionale e multimediale, e comunque secondo Ezio Cagnola "anche se l'evoluzione è innegabile il prodotto libro non potrà mai essere sostituito almeno sotto una certa età e ad ogni modo questi nuovi prodotti dovranno avere come supporto il libro".