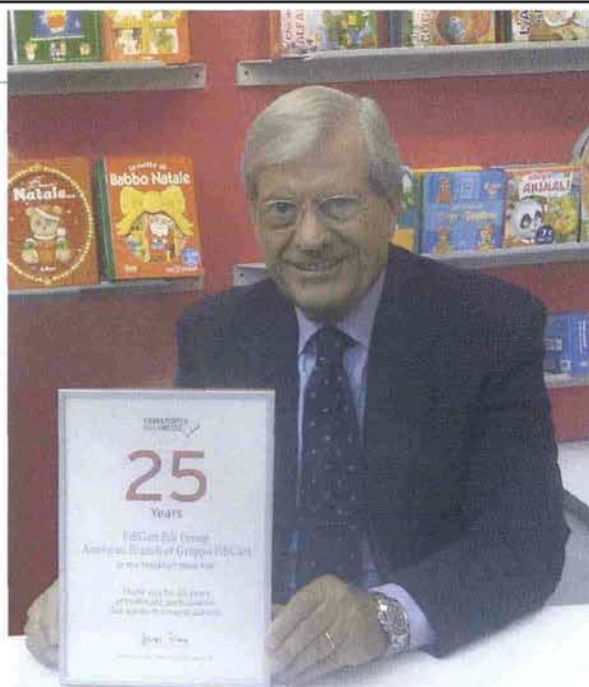


L'INTERVISTA

di Patrizia Pagani



Ridefinizione del concept di prodotto e, nel contempo, allargamento della distribuzione al canale moderno: il libro per bambini – reso più attraente e fruibile per l'utilizzatore e offerto anche sullo scaffale dell'iper – diventa un articolo vocato all'acquisto d'impulso, facile da comprare in qualsiasi momento dell'anno. In questo modo **Edicart** ha saputo costruire una case history straordinaria nel settore editoriale



EDICART: 25 ANNI DI EXPERTISE NELLA LETTURA DEL MERCATO

Dal 1986 a oggi registra una costante crescita, che l'ha portata a rappresentare, in questi anni, una delle maggiori case editrici di libri per bambini attive in Italia. Raggiunto il 25° anniversario dall'inizio dell'attività, **Edicart** vanta un fatturato intorno ai 12 milioni di euro, 45 addetti, un catalogo di circa 7mila titoli e altrettanti punti vendita presidiati tra librerie, cartolerie e grandi superfici della GDO. Del percorso di sviluppo già realizzato e delle aspettative circa i progetti attuali e quelli in cantiere parla con passione e lungimiranza **Ezio Cagnola** (nella foto), fondatore e tuttora mente creativa del Gruppo, che nell'editoria lavora da quando aveva 16 anni.

Edicart compie 25 anni: quali sono le tappe più significative da celebrare in questo compleanno?

25 anni fa non avevo certo pensato alla possibilità di ottenere i grandi risultati successivamente conseguiti. A posteriori, riten-

go che il successo dell'Azienda derivi soprattutto da una forte intuizione iniziale, messa a punto cogliendo alcune precise indicazioni emergenti sul mercato: la rivisitazione del concetto di libro per bambini e l'esigenza di destagionalizzarlo. Parallelamente, abbiamo puntato ad allargare la canalizzazione distributiva, strategia che si è rivelata la vera chiave di volta per far decollare il business. La GDO, infatti, ha giocato un ruolo determinante nella crescita della categoria. In tale ottica, abbiamo cominciato a importare dal mondo anglosassone – pioniere nelle sperimentazioni – alcuni volumetti pensati per i piccoli lettori, molto accattivanti perché sintetizzano la funzione didattica e l'aspetto ludico; si considerino, ad esempio, i libri pop-up, quelli con gli stickers, i sonori e via discorrendo. Un tempo questi articoli 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 dono ma un prodotto che si



LICENZE PER BIMBI

Il Gruppo Edicart è stato pioniere e, poi, protagonista assoluto del licensing editoriale, avendo stretto in 25 anni di attività i più importanti accordi del settore: dalla prima esperienza con Fisher Price, circa 20 anni fa, ai successivi contratti con Warner Bros e Anne Geddes – la celebre fotografa australiana con circa 100mila copie vendute – per arrivare ai più recenti accordi per Heidi, Scooby Doo, Barbababà, Hello Kitty, Barbie, Spider Man e altri eroi Marvel, l'acquisizione dei diritti per la pubblicazione di libri "firmati" ha notevolmente contribuito ai risultati finora ottenuti dall'Azienda. Ai fini della scelta delle opzioni migliori, è indispensabile un certo "fiuto": occorre saper cogliere i trend del momento, cavalcarli, poi cambiare rotta quando si presentano opportunità più interessanti. Le ultime novità Edicart in questo ambito sono i libri Lego, che hanno recentemente debuttato in commercio, e quelli dei Teletubbies, il cui lancio è programmato per gennaio 2012.

COMMERCIO C&C

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.