

# Export: voce del verbo innovare



## Innovazione anche nella vendita all'estero *Non basta solo tradurre!*

*"A new breed of foreign rights professionals is emerging. These foreign rights professionals have, for the most part, worked for publishing houses for many years and have gathered a deep and well-rounded understanding of international markets and sales. At some point in their career, they decided to become independent and specialize more in their field. They are looking to represent publishers from growing markets that want to sell rights and are eager to expand."  
(Stephanie Barrouillet, Bologna BKFair 2015)*

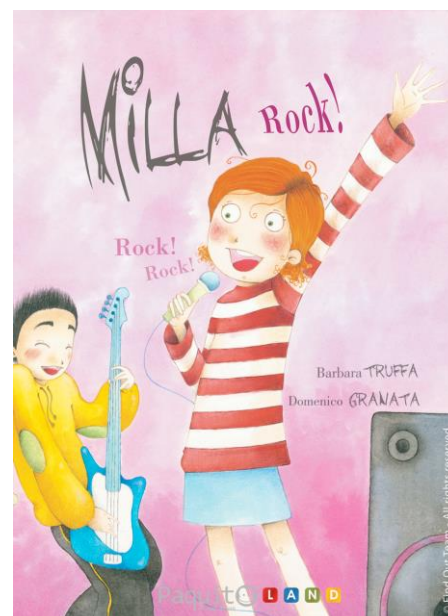
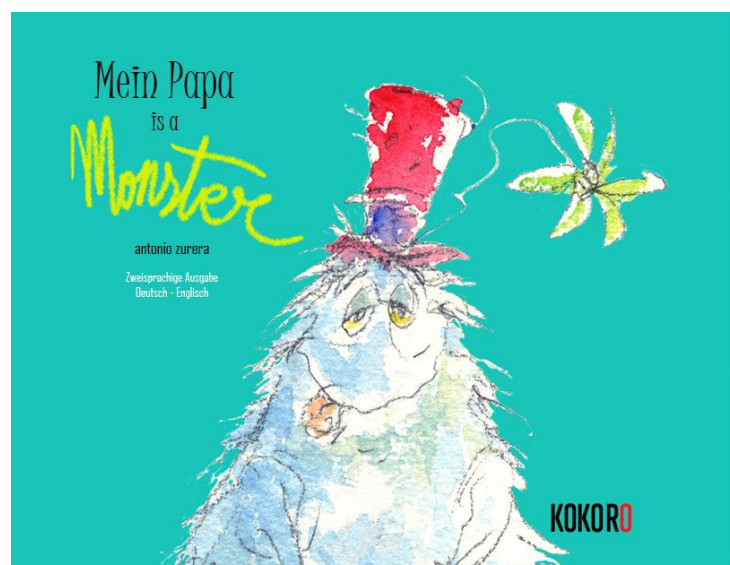


Come correttamente detto, l'innovazione passa attraverso **l'internazionalizzazione** e non solo attraverso l'innovazione tecnologica.

Cresce il numero di Autori di cui le case editrici italiane vendono i diritti all'estero.

In alcuni segmenti la bilancia è diventata, da anni, positiva, e sempre più i progetti editoriali vengono pensati già per un mercato internazionale ma questo viene fatto – secondo noi – **ancora troppo poco e con troppa poca sistematicità e metodo.**

Ma l'innovazione tecnologica è un **investimento** che merita di essere ammortizzato ampliando le vendite al di fuori del mercato italiano e verso mercati dalle **forti potenzialità.**  
**I mercati esteri.**



### *Quanto vale il mercato dell'export editoriale in Italia?*

L'export editoriale in Italia vale **il 9,5% del mercato**, come abbiamo visto. Complessivamente troppo poco e la crescita è molto contenuta e lenta. **Il 6,3% in 14 anni. Dal 2001 al 2015.**

E il dato si riduce drasticamente se ci si riferisce ai piccoli e medi editori, **solo il 10,5% delle esportazioni totali.**

Altre maggiori realtà nel mondo contano anche quattro, sei o otto volte questo valore, fino a **superare il 40%.**

Ma l'Italia è tra i primi Paesi in Europa in quanto a turn-over nel mercato editoriale dopo Germania, Regno Unito, Francia e Spagna e in quanto a numero di titoli pubblicati dopo Regno Unito, Germania e Francia (*Fonte UK Publishers' Association, 2015*).

Questo significa che le **potenzialità di crescita sono molto elevate.** Il mercato sta lentamente cambiando e sta crescendo la domanda per titoli e creatività non più solo anglosassoni, con piccoli Editori stranieri molto motivati a promuovere Autori e Illustratori locali con discreto e crescente successo.





### Perché l'export vale così poco e perché gli Editori italiani vendono poco o non vendono all'estero?

Dai dati che AIE oggi ha presentato, solo il **16,2%** opera con l'estero e il **15,5%** dispone di un'area Foreign Rights interna (presente sui siti web).

Il **74%** degli editori non ha risposto mentre il **10%** dichiara di non avere export.

Le ragioni possono essere molte.

1. **Problemi strutturali**
2. **Scarsa conoscenza dei mercati**
3. **Poca dimestichezza e pochi mezzi** (*personale multilingue, tempo, investimento e capacità per organizzare partecipazioni alle fiere, etc.*)
4. **Poco supporto promozionale ed economico dalle Istituzioni**
5. **Mancanza di contatti affidabili**
6. **Scarsa adattabilità del catalogo**
7. **Esperienze negative con agenti e subagenti esteri**



### Quali gli interventi necessari per rendere più efficace la vendita di diritti?

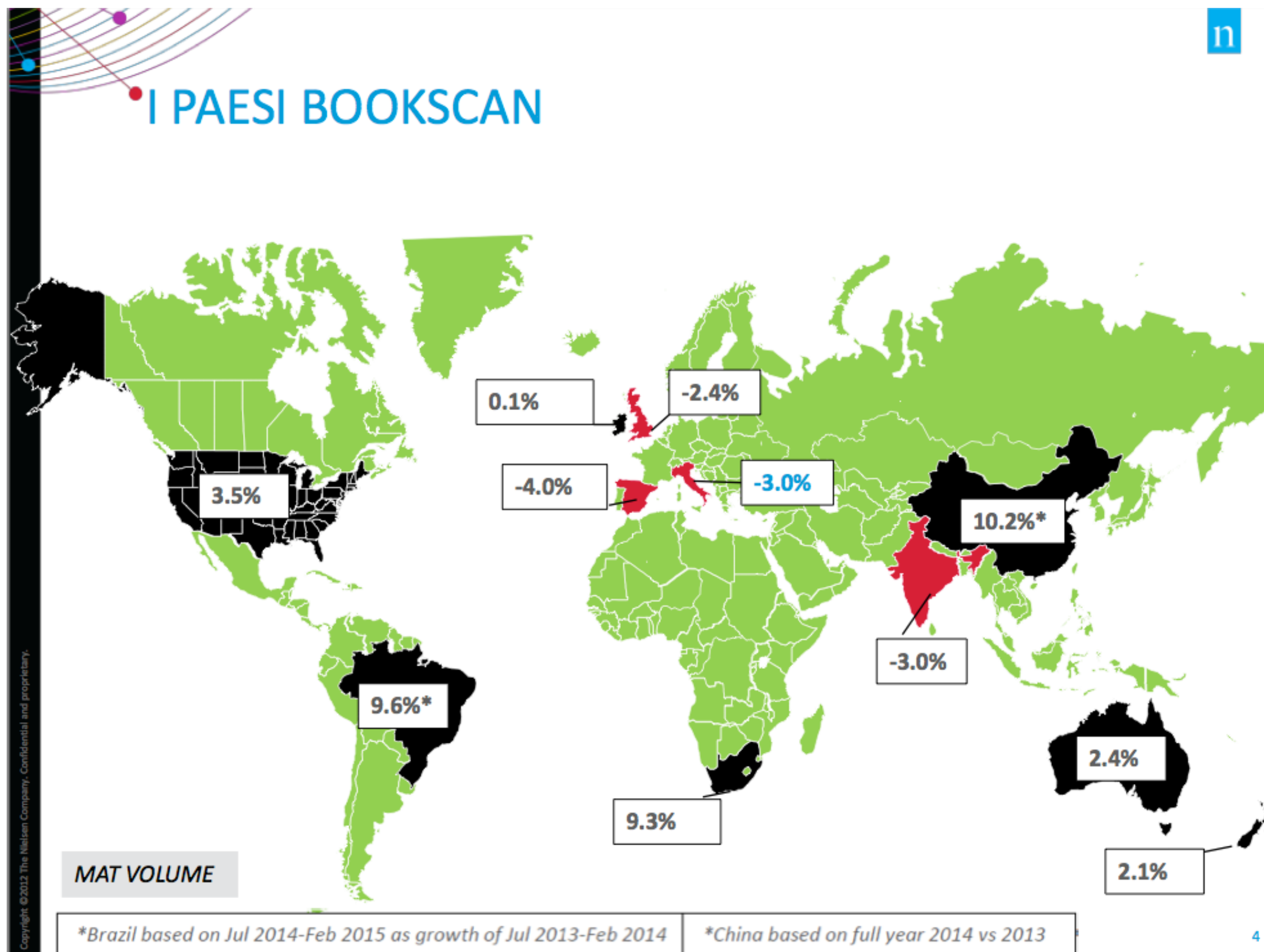
Abbiamo visto che l'export sembra essere appannaggio di Editori “strutturati” per attività di Foreign Rights, cioè che investono e non improvvisano questa funzione.

Ma questo non significa che anche i **piccoli e medi editori** non possano ottenere **ottimi risultati all'estero**.

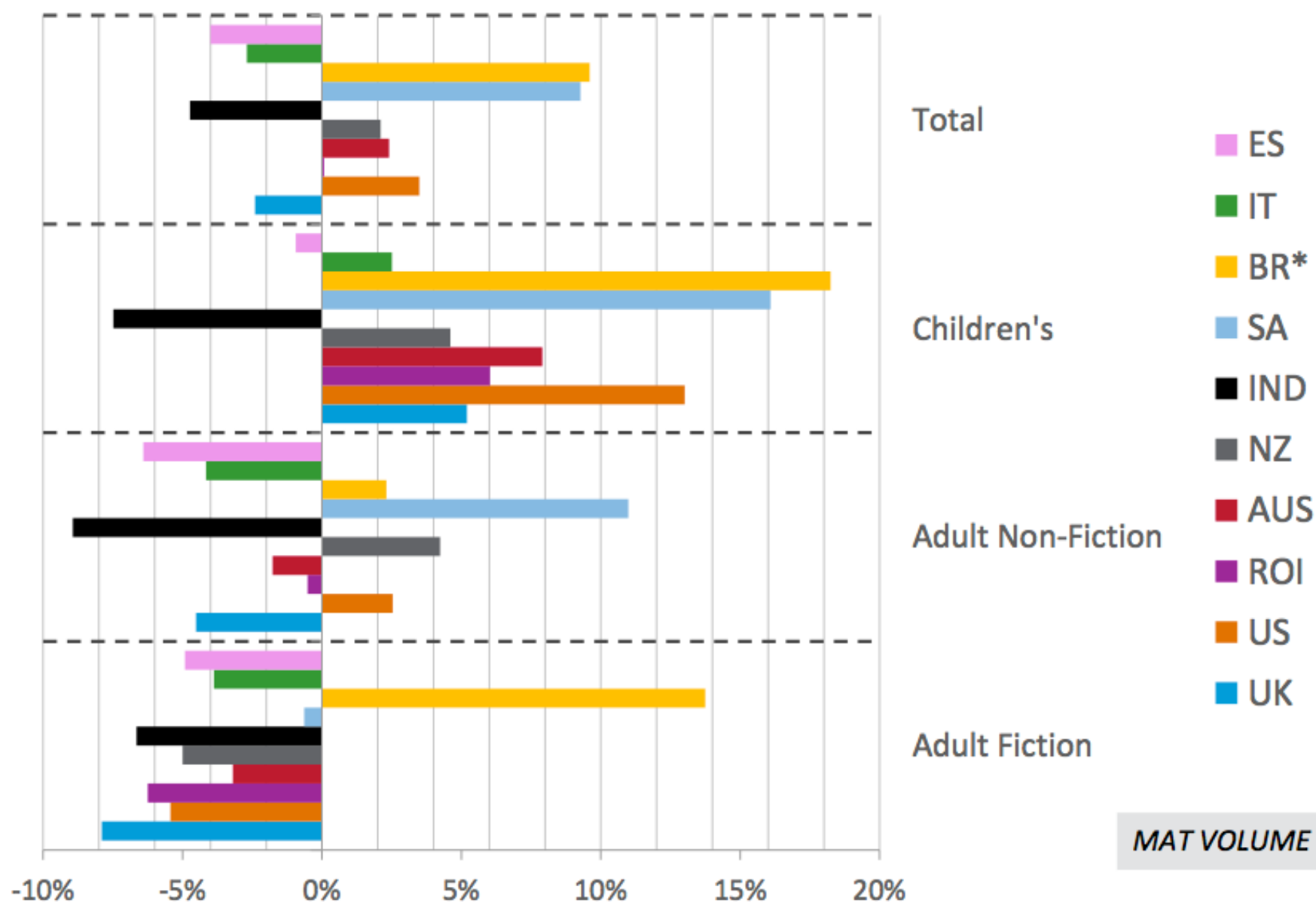
È però necessario **investire e innovare** questa **attività fondamentale**, dotandosi di **nuovi strumenti**, più adatti e **metodi efficaci**.

- **Professionisti capaci**, anche esterni all'azienda. La figura del Rights Manager e dell'Agente tradizionale non sono più sufficienti. **Non basta più inviare il proprio catalogo a una lista di editori che ne ricevono altre centinaia.**
- **Marketing editoriale internazionale.** È necessario conoscere i mercati, i gusti e aspettative dei potenziali clienti, l'Identità Culturale del paese, i dati di vendita e i generi venduti, etc.
- Ma anche, appreso questo, selezionare all'interno del proprio catalogo i **titoli e i contenuti editoriali vincenti** e comprendere gli eventuali **adattamenti necessari**.
- Scegliere e organizzare con cura le trasferte alla **Fiere Internazionali**, preparare gli incontri con gli Editori esteri, gestire i feedback, alimentare i contatti ottenuti, fidelizzare i clienti acquisiti.

# Export: voce del verbo innovare – Il mondo in cifre



## LE PERFORMANCE DEI GENERI



\*Brazil based on July 2014-Feb 2015 vs previous July-Feb

Copyright © 2015 The Nielsen Company. All rights reserved. Nielsen and the Nielsen logo are trademarks or registered trademarks of CZT/ACN Trademarks, L.L.C.



## Qualche “chicca” dal mondo dell’Export

*Gli unici mercati dove le vendite dei libri sono in crescita sono la **Cina (con un +10,2%), il Brasile (+9,6%) e gli Stati Uniti (+3,5%).***

*Penguin UK’s Tom Weldon  
(September, 2011)*

*“Books are not dying,  
but **adapting and innovating.**  
Media is no longer about format,  
but content, and consumers want  
brands and experience . . .”*

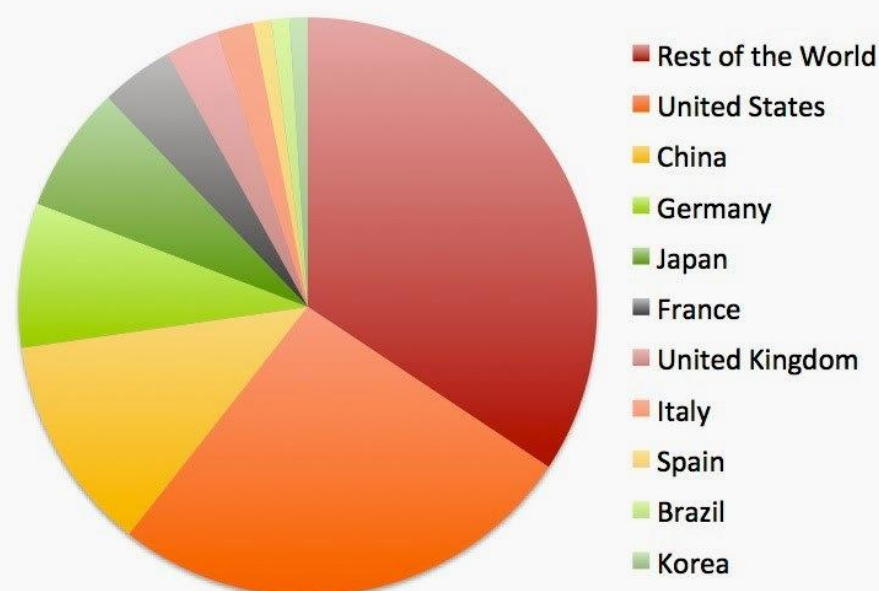
***Penguin Random House**  
remains the world’s largest  
trade publisher.*

*It has been observed a change  
in Chinese exhibitors focus  
in acquiring foreign rights  
in selling products in the China’s developing  
publishing sector. China is **now the biggest  
buyer of rights and licenses for books**  
that are published overseas but it’s also **more  
and more strongly focusing on selling  
their own local titles .***

Dati: UK Publisher’s Association 2014/2015/Livres Hebdo 2014 for the Global Ranking of the Publishing Industry/The Nielsen Company, May 2015

***10 largest groups** are accounting now  
for **54%** of the world industry publishing revenues.  
The biggest news is that 2 of them are now Chinese:  
**Phoenix and China South.***

### TOP 10 WORLD BOOK MARKETS



***Brazil** has been strongly  
impacted in 2014/2015  
by exchange rate effects.  
Titles purchased from foreign  
markets **are going to  
decrease** in the next 24 months*

***Europe** remains the biggest  
regional destination for UK  
book exports, accounting  
for **44% of UK book exports**  
between 2010 and 2014.*

***I libri per bambini in Italia** sono l'unico genere che  
contribuisce in modo positivo alla variazione del mercato  
a volume» (+6,4%), e «le librerie indipendenti  
contribuiscono per il **75% alla crescita dei bambini**».  
Anche se su 100 libri venduti in Italia, **solo 21** sono  
per bambini. Ben lontani da mercati come quello **austriaco**  
(49%) **spagnolo** (46%) o **neozelandese** (43%).*



## Quindi per concludere come fare per essere efficaci sui mercati esteri?

Affidarsi a **esperti in questo campo** capaci di suggerire le **giuste strategie** per entrare nei mercati esteri e dotati dell'**esperienza e gli strumenti** per poi farlo.

Non improvvisare, ma **identificare i titoli e i contenuti adatti**, mercato per mercato, **focalizzandosi** sulla promozione e la vendita solo di questi, senza disperdere energie.

Essere **costanti e continuativi** nell'azione, scegliendo accuratamente i mercati e bilanciando mercati con potenzialità a breve termine con altri che possono dare risultati più a lungo termine.

**Diversificare** i potenziali clienti all'interno dello stesso mercato.

Per usare una figurazione, allertare tutti i “**sensi**” a disposizione e usarli in modo armonico.





## **FIND OUT Team** - founded in 2011

### **SCOUTING Activity**

Our focus is to bring together talented authors and illustrators from Italy and other countries, so that they can put their imagination to work and come up with new children's books and derivated products.

Our experience and expertise enable us to represent Italian and international publishers in Italy and worldwide for consultancy editorial services and rights selling and/or co-edition activities.

### **PACKAGING Activity**

The FIND OUT Team, in addition to the usual book-packaging activity, offers: author and illustrator scouting - proven ability in publishing for more than 25 years, guaranteeing efficient creation, design and production, satisfying the tastes and needs of Italian and international customers

- creating and designing guaranteeing the flawless management of the entire production process, from concept to the production of print files
- solid international experience to guarantee the worldwide sale of rights of our products, for printed books, digital applications and other formats for both our own projects and for titles from Italian and international Publishers that we represent with direct experience both in B2B and B2C fields.

### **AGENCY Activity**

- Representing Italian and international publishers in Italy and worldwide.

### **Cinzia Seccamani** - Owner and Managing Director

International Sales & Rights Manager and International Business Developer with over 25-year broad experience in international marketing & sales organization management in the Publishing Business. With experience in worldwide market development through Distribution agreements and Agencies management.

With direct experience both in B2B and B2C fields, having worked for some of the major Italian publishing Groups (DeAgostini, GEMS Gruppo Editoriale Mauri Spagnol) and Italian Literary Agencies (Agenzia Letteraria Internazionale).

Multilingual (Italian, English, German, Spanish and basic Chinese Mandarin).

# Export: voce del verbo innovare

Grazie per l'attenzione!  
Thanks for your attention!  
Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!  
Gracias por vuestra atención!  
谢谢你宝贵的时间！

Per informazioni:



The FIND OUT Team srl  
Corso F. Cavallotti 29  
28100 Novara NO, Italy  
[rights@findout-team.com](mailto:rights@findout-team.com)