

Le Winx: merchandising tutto italiano

Sei fatine e un topo giornalista sono riusciti a sfondare sul mercato mondiale dei cartoon. Hanno raddoppiato il fatturato di una casa editrice e fatto decollare una piccola società marchigiana. Igino Straffi, l'inventore delle Winx, oggi vale 30 milioni. Elisabetta Dami, alter ego di Geronimo Stilton, è letta di 145 paesi. Ecco come partire da un'idea «infantile» e far decollare un modello italiano soprattutto nel merchandising

Arricchirsi è un gioco da bambini

di Antonella Gorret

Non solo moda e design: con Winx e Geronimo Stilton la creatività italiana è riuscita nell'impresa di esportare anche l'animazione per ragazzi. E con risultati sorprendenti. Sono infatti bastati 300 milioni di vecchie lire per dare vita al fenomeno Winx, un brand che nel 2005 ha prodotto nel mondo un giro d'affari di oltre un miliardo di euro. Il cartone animato, creato nel 2001, oggi viene trasmesso in 140 paesi e ha fatto impennare il fatturato della Rainbow, la società del suo inventore, Igino Straffi, dai 9 milioni di euro del 2004 ai 18 milioni del 2005. E adesso punta a chiudere il 2006 intorno ai 30 milioni. L'unico neo per le Winx è non essere riuscite a raggiungere anche i paesi arabi e il Giappone, tradizionalmente un osso duro per l'animazione italiana.



Sei ragazze alla conquista del mondo

- L'avventura imprenditoriale di Igino Straffi inizia nel 1995 con 300 milioni di lire che investe in computer e betacam (150 milioni), software di rendering e animazione (100 milioni) e per pagare dipendenti e collaboratori per i primi mesi, prima di incassare le prime fatture (50 milioni). Il gruppo di lavoro è composto da sei-sette persone: la Rainbow lavora come service per produttori francesi e realizza animazioni e spot pubblicitari. Lo **step** successivo, con i primi guadagni, oltre all'acquisto di nuove attrezzature, è la produzione in proprio di un videogioco, Tommy & Oscar. Costo 450 milioni di lire. Straffi lo vende porta a porta in 40 paesi, Usa e Giappone inclusi, e arriva il primo **volano economico** con 900 milioni di lire: l'investimento iniziale rientra triplicato. Straffi decide quindi di trasformare Tommy & Oscar in un cartone animato. Il costo di una serie televisiva di 26 puntate allora era di 10 miliardi di **lire** (oggi 6 milioni di euro) e dalla Rai ottiene il pre-acquisto (che significa 800 milioni di lire; la co-produzione, invece, porta 34 miliardi di lire). La Rainbow ci aggiunge 1,5 miliardi di lire e il resto arriva dalla vendita dei diritti televisivi in Europa, Asia e America latina.

Gli indici di ascolto premiano Straffi, tanto che per la seconda serie la Rai concede la co-produzione e il resto del budget viene coperto dai contratti con le tv. **Il successo facilita anche gli accordi per il merchandising: Cartorama per la scolastica e Albino per i giocattoli.** Straffi lancia poi il cartone Prezzy e nel 2000 comincia a studiare il concept e crea i primi bozzetti delle Winx. Che partono subito bene. Vengono co-prodotte dalla Rai, da un partner tedesco e dalla Rainbow. «Prima ancora che uscisse la prima serie, tutti volevano le Winx». Nel 2001 erano già stati **siglati** accordi con 20 paesi e 30 aziende (tra cui Giochi preziosi e Upim); nel 2006 i paesi sono diventati 140 e le aziende 600. «Nonostante le Winx siano partite con un **handicap** (si rivolgevano e si rivolgono solo alle ragazze), sono subito diventate un fenomeno di massa, grazie al fanatismo e all'immedesimazione che sono riuscite a creare». Ma dietro c'è un grande lavoro di ricerca grafica, e di cura del look delle sei protagoniste da parte di esperti consulenti di moda. (...) Il giro d'affari di tutto **l'indotto**, creato grazie a un licensing di successo, è straordinario: oltre 1 miliardo di dollari. Non solo bambole, **ma tutti i prodotti dell'area fashion, dall'abbigliamento alle borse, dagli accessori ai telefonini. E anche libri e figurine.**

step: passo

volano economico: margine, riserva

lira: 1 euro = 1936,27 lire.

siglare: firmare, concludere.

handicap: un limite oggettivo (qui riferito al target).

indotto: l'insieme delle attività produttive di piccole o medie dimensioni, generate dalla lavorazione di un grande complesso industriale, allo scopo di fornirgli beni e servizi.