

BACKSTAGE



La squadra della fatine trendy al completo in una scena della loro nuova avventura.

C'È DEL BUSINESS NELLE WINX



Due anni di lavoro, 400 persone, 12,5 milioni di euro per **Winx Club**
Il mistero degli abissi, la nuova avventura delle fatine che «fanno
più cambi d'abito che magie». In sala dal 4 settembre



I NUMERI DI UNA FACTORY TUTTA ITALIANA

Per il nuovo film delle Winx negli studi della Rainbow di Loreto (MC) sono stati prodotti 112 schizzi preparatori, 34 scenografie, creati 167 personaggi e oltre 135.000 fotogrammi finali. I precedenti lungometraggi della Rainbow sono *Winx Club - Il segreto del Regno Perduto* (2007), *Winx Club 3D - Magica avventura* (2010) e *Gladiatori di Roma* (2012). Sette sono invece le serie televisive: *Tommy & Oscar* (1998), *Prezzemolo* (2002), *Winx Club* (2004-presente), *Monster Allergy* (2005/2006-2008), *Huntik - Secrets & Seekers* (2009-2011), *PopPiXie* (2010), *Mia and Me* (co-produzione) (2011).



DI MICHELA GRECO @MichiGreco

Ci sono volute **400** persone e **due** anni di lavoro per portare a termine *Winx Club - Il mistero degli abissi*, terza avventura sul grande schermo delle fatine pop che hanno conquistato **150** paesi del mondo con le loro sei serie tv, e ora si apprestano a sfondare anche in Cina. Ma il film in computer grafica 3D, che arriva nelle sale il 4 settembre con 01 Distribution, è solo uno dei tasselli dell'impressionante mosaico composto da Iginio Straffi nel corso di dieci anni, con la creazione di un vero e proprio impero dell'animazione il cui centro nevralgico, da tre anni a questa parte, è la sede avveniristica e zen della Rainbow a Loreto. Città in cui, evidentemente, i miracoli non sono solo religiosi. Partito da Gualdo (Macerata), dove è nato nel 1965, Straffi ha iniziato con i disegni di Nick Raider della Bonelli ed è arrivato a guidare un'impresa globale che gestisce un merchandising sterminato. Quasi quanto i campi di girasole che circondano l'oasi creativa in cui lavorano digital artist, marketing manager, disegnatori e stilisti dell'età media di 30 anni. Un'impresa che

comprende anche un parco a tema (a Valmontone), un'Academy romana in cui si formano nuovi artisti digitali, la produzione di spettacoli dal vivo e un progetto editoriale che pubblica **25** periodici che catturano ben il 50% della quota di mercato del target femminile scolare. Al centro di tutto però, ci sono loro: Bloom, Stella, Flora, Musa, Tecna e Aisha, sei teenager slanciate e trendy che *«fanno più cambi d'abito che magie»*, mantenendo rigorosamente l'ombelico scoperto e indossando vestiti dai colori accessissimi, studiati meticolosamente in base alle nuove tendenze fashion. *«Winx Club - Il mistero degli abissi è una favola moderna sulla salvaguardia del mare»*, spiega Straffi, *«in cui le fatine hanno l'obiettivo di ricreare l'equilibrio ambientale dopo che una massa nera ha contaminato gli oceani, come accadde realmente nel 2010 con la catastrofe del Golfo del Messico. In questi 10 anni le Winx si sono evolute: crescendo sono diventate più impegnate socialmente, anche se naturalmente a livello di immagine l'attenzione è altissima su ogni dettaglio che le colleghi alla moda più attuale, perché sono anche un simbolo del made in Italy»*. Questo terzo film per il cinema *«offre anche una sterzata verso la commedia, per*

far ridere bambini e genitori», e compie quindi un ulteriore sforzo modaiolo - d'altronde le magiche teenager nascono ispirandosi a popstar come Jennifer Lopez e Beyoncé e combinando look asiatici e statunitensi, per penetrarne più agevolmente i mercati - ma anche produttivo: **12,5 milioni** di euro di budget, **112** schizzi preparatori, **34** scenografie, **167** personaggi, oltre **135mila** fotogrammi finali. A questo puzzle creativo-imprenditoriale che si è esteso nei cinque continenti e genera fatturati da applauso, dopo l'esperimento del film con personaggi originali *Gladiatori di Roma 3D*, ormai manca solo una cosa: *«Un film live-action con le Winx come protagoniste sarebbe il coronamento del percorso»*, sostiene Straffi. *«Se i supereroi e persino i Puffi sono arrivati al cinema in 'carne e ossa' ottenendo ottimi risultati al botteghino, a maggior ragione possono arrivarci loro. Sto aspettando l'occasione giusta per far partire un progetto con ambizioni mondiali e intanto fantastico sui possibili interpreti: sceglierei attrici internazionali famose solo per ruoli cameo, come quello della preside, mentre per le Winx mi piacerebbe affidarmi a nuovi talenti e lanciarli, come ha fatto ad esempio la saga di Hunger Games»*. ■