

La seconda giovinezza delle Winx personaggi senior, shopping, Borsa

LA RAINBOW DI IGINIO STRAFFI CORONA DIECI ANNI DI ASCESA CON UNA SERIE DI NOVITÀ: NUOVA LINEA DI CARTOON PER GLI ADULTI E UNA SERIE DI ACQUISIZIONI CON L'OBIETTIVO FINALE DI ARRIVARE A PIAZZA AFFARI. INTANTO HA COMPLETATO LA STRUTTURA DI PRODUZIONE

Filippo Santelli

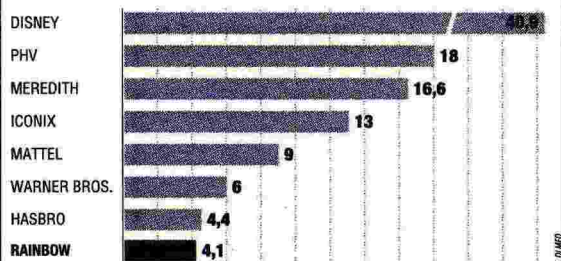
La Rainbow di Iginio Straffi ha appena chiuso, una fra le prime case produttrici di cartoon a farlo in Europa, un accordo con Netflix, la società americana dei film in streaming che da qualche tempo ha cominciato a sfornare serie di successo e sta sbarcando nel vecchio continente. Per soddisfare i termini dell'accordo verrà realizzato una sorta di *spinoff* delle Winx, le maghette superfamose fra il pubblico giovanile, pensato per un pubblico più adulto rispetto al cartone originale, da distribuire a inizio del 2016.

Ma Straffi ora vede anche un altro canale di crescita, quello delle acquisizioni: «Per venti anni ci siamo allargati per via organica, ora vogliamo guardarci intorno». La Rainbow, casamadre delle Winx, ha sempre avuto una politica di dividendi molto prudente e ora si trova in cassa una notevole riserva liquida, sufficiente per operazioni nell'ordine delle decine di milioni di euro. «Monitoriamo aziende legate al nostro business, per esempio studi di produzione, anche di musical, parchi a tema, sviluppatori di app, distributori di contenuti, oppure imprese che possiedono i diritti su personaggi amati dal pubblico, che potrebbero essere rilanciati», spiega l'amministratore delegato. Al momento ci sono due o tre dossier sul tavolo, «e sono convinto che almeno uno alla fine si concretizzerà». Una tappa intermedia verso la Borsa. Progetto abbandonato nel 2007, a causa del crollo dei mercati finanziari, ma mai abbandonato: «Resta uno degli obiettivi, nell'arco di due o tre anni».

Intanto da undici anni Bloom e le sue cinque amichette sono tra i personaggi preferiti delle bambine. Ogni giorno hanno 15 milioni di spettatori nel mondo, su 115 diverse emittenti. Sono su diari, magliette, profumi, videogiochi, smalti e coppette di gelato. Ma secondo il loro creatore, il 49enne Iginio Straffi, le Winx, le fatine più amate della televisione, posso-

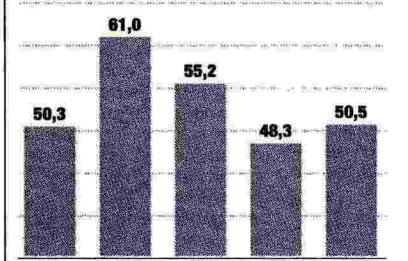
IL MERCATO DEI CARTOON

Vendite derivanti da licensing, in miliardi di dollari



IL FATTURATO DI RAINBOW

In milioni di euro



Il patron della Rainbow, casa delle Winx, Iginio Straffi

no crescere ancora: «Sono ormai dei classici, al pari dei Simpson o di Spongebob. E ora le stiamo portando su un mercato nuovo, la Cina e il Sudest asiatico». Lo scorso settembre Cctv, principale rete della Repubblica Popolare, controllata dal governo, le ha mandate in onda per la prima volta. «I risultati si sono cominciati a vedere già da dicembre», dice Straffi. Il tempo per i più piccoli di conoscerle. E di volerle tra i propri giocattoli e sui quaderni di scuola.

È stata questa, venti anni fa, la grande intuizione dell'imprenditore marchigiano: puntare su personaggi che potessero diventare delle icone. Così oggi la sua Rainbow, una casa di animazione di Loreto, riesce a competere con giganti co-

me Disney o Marvel. Dodicesima al mondo, e prima assoluta in Europa per ricavi da licensing; accordi con cui concede a oltre 400 aziende dei settori più disparati, dal cibo all'abbigliamento, di usare l'immagine delle Winx sui loro prodotti. «Ormai due terzi del nostro fatturato arrivano da lì, visto che le televisioni anno dopo anno tagliano i budget per i diritti di trasmissione». Essere sul piccolo schermo conta ancora, ma soprattutto come vetrina per le licenze a marchio merchandising. E lo stesso schema rodato con le fatine ora Rainbow lo sta replicando con altri personaggi come Mia e Me, di cui Mattel produrrà i giocattoli, o l'ultimo arrivato Royal Academy,

presentato lo scorso ottobre e ora già piazzato sui maggiori network mondiali. «Facciamo uno studio molto approfondito sui nuovi prodotti, cerchiamo di lanciarne uno ogni due anni», racconta Straffi.

Le Winx restano comunque il campione di casa, un successo difficile da replicare. Dal loro debutto il fatturato della Rainbow si è impennato: dai 12 milioni del 2005 è salito fino a 61 nel 2010. Poi una flessione di due anni, colpa anche della crisi. Quindi una nuova crescita che sarà confermata, anticipa il fondatore, anche dalla chiusura dei conti 2014: «I nostri incassi dipendono molto dai film, negli anni in cui ne rilasciamo uno possono crescere del 10 per cento. Ma l'Ebitda si mantiene sempre costante attorno al 45 per cento». Con margini del genere, anche dopo il tentativo di sbarcare in Borsa nel 2007, abortito per lo scoppio della crisi finanziaria, Rainbow non ha fatto fatica a trovare finanziatori. A entrare nella società, con una quota del 30 per cento, è stato il colosso americano Viacom, gruppo di cui fanno parte tra gli altri Mtv e Nickelodeon, il canale che ha l'esclusiva sulla trasmissione delle Winx nelle Americhe.

Oggi la società marchigiana controlla anche uno studio di produzione a Roma ed è in grado di realizzare per intero un prodotto di animazione, dall'ideazione al montaggio, musiche comprese. Nel complesso i dipendenti sono 300, più una rete di collaboratori a cui viene affidate parte delle lavorazioni: «Pur essendo basati a Loreto, riusciamo a attrarre i migliori talenti italiani - dice Straffi - sanno che da noi nascono produzioni di qualità che finiscono in tutto il mondo».



Le Winx: la casa calcola che ogni giorno abbiano 15 milioni di spettatori su 115 emittenti nel mondo

© RIPRODUZIONE RISERVATA