

Peppa Pig dal vivo

Unico show in Toscana

La maialina dei record incontra i bambini

LO SPETTACOLO

In scena anche Pedro il Pony
Gino il Granchio e Zoe la zebra
Assalto alle prevendite

FIRENZE

UNA MAIALINA da record trionfa in Italia. Con 5 milioni di libri venduti e punte di 600.000 spettatori su Rai Yoyo; con 400.000 copie di dvd venduti e 7 milioni di clic su youtube per alcuni episodi della stagione, oltre a 100 milioni di euro di fatturato per il merchandising eccola qui. E' lei, un fenomeno di porcellina dal nome **Peppa Pig**. Un cartone animato nato in Inghilterra nel 2004 — e forse un po' copiato dalla nostra Pimpa — che ha conquistato il pubblico dei più piccoli raccontando le vicende della famiglia di questa maialina rosa bruttina e simpatica, della sua famiglia e dei suoi amici. A breve, a grande richiesta, lo spettacolo teatrale che narra le sue vicende appassionanti, arriverà anche in Italia in pochissime tappe, e una di queste sarà il Teatro Verdi di Firenze per il 6 aprile: prevendite già aperte e già quasi esaurite (info:055 213496).

Si intitola «La caccia al tesoro» Tra viaggi in treno e la scoperta di posti misteriosi, Peppa incontrerà tanti nuovi amici: Pedro il Pony, Polly il Pappagallo, Zoe la Zebra e Gino il Granchio. Lo spettacolo riprende i comportamenti, gli atteggiamenti, le parole e la storia delle famose puntate televisive. In scena gli attori animeranno marionette che sono, appunto, i personaggi della serie. A completare l'opera, scenografie super colorate, i pupazzi e il racconto, semplice ed interattivo di **Peppa Pig** e la sua famiglia. I bambini viaggeranno per monti, boschi ed abissi marini, alla scoperta di tanti animali, di tutti i mezzi di trasporto, in scena saranno a caccia di tesori. Al termine degli episodi, tutti i protagonisti scoppiano in una gran risata addormentandosi per terra.

TGF

Babbi da turlupinare

MI AUTODENUNCIO al Moige: spesso l'avrei voluta vedere trapassata da uno spiedo a rosolare sul fuoco, magari con il signor Patata di contorno. In fondo, quale fine migliore per un maiale se non estinguersi in porchetta? E invece niente di tutto ciò. Anche stasera la rivedrò grugnire in tv in uno degli episodi che so a memoria, impossibilitato a cambiare canale pena i berci strazianti di mia figlia. Che stagione crudele questa per i padri con prole piccola. Perché se i nostri nonni hanno urtato contro Rin Tin Tin e i nostri padri hanno subito il cilicio di Ufo Robot, a noi è toccato inciampare su **Peppa Pig**, il cartone animato più diseducativo che io conosca. Intanto insegna che rotolarsi nelle pozzanghere e distruggere tutto è bello, creando le condizioni culturali per generare un black bloc. Poi suggerisce che i babbi son lì solo per essere turlupinati, come capita sempre a quel demente di Papà Pig. Infine ispira l'idea che la migliore economia sia quella del monopolio più sfrenato, visto che non c'è attività che non sia di proprietà della Signora Coniglio: supermercato, pompieri, fiera, ospedale, biblioteca. Una allora potrebbe chiedersi: ma se è così, perché i genitori la fanno vedere ai propri figli? Domanda sciocca. Intanto perché, da Gian Burrasca a Matteo Renzi, la volontà dei bimbi prevale sempre sull'arrendevolezza dei padri. E poi le avete mai considerate le alternative? In quanto a roba diseducativa, con **Peppa De Filippi**, George Gilletti e la Signora Urso andrebbe molto peggio.

Stefano Cecchi



Il merchandise milionario è made in Prato

PEPPA Pig parla pratese. La famiglia di maialini rosa che spopola tra i più piccoli viene prodotta al Macrolotto. Oggetti e pupazzi dei personaggi della serie hanno fatto registrare vendite record per tutte le aziende che si sono aggiudicate la licenza. Tra queste c'è la pratese «Accademia» con sede in via del Ferro, l'unico licenziatario ufficiale in Italia di **Peppa Pig** per quanto riguarda il comparto scuola ed per gli articoli da regalo e natalizi. E'

infatti «Accademia», l'unica azienda autorizzata a disegnare la famiglia di maialini su quaderni, diari, astucci e quant'altro. Un portafoglio clienti con più di 6000 punti vendita attivi, di cui a rotazione ne rifornisce con regolarità almeno 4.500 all'anno. L'azienda che si identifica nella famiglia Lucchesi, è nata negli anni '90 e conta 22 addetti più un indotto che impiega decine di persone soprattutto giovani.



