



Peppa Pig

I nuovi papà e mamme raccontati dai maialini

di **Paolo Di Stefano**
e **Maria Volpe** a pagina 38

Fenomeno Peppa Pig

A gennaio il film, poi lo spettacolo teatrale da Londra I segreti del successo: figure semplici e gioia familiare

Non solo cartoon

Il personaggio della maialina è diventato un caso mondiale per i bambini. In Italia un giro d'affari di 30 milioni legato ai regali natalizi

Un fenomeno quasi inspiegabile: quattro maiali (più parenti e amici), disegnati male, dai comportamenti semplici, intenti a grugnire e rotolarsi nel fango. Uguale? Un successo mondiale che sta facendo impazzire i bambini fino ai 6-7 anni. Si chiama «Peppa Pig», il cartoon è nato nel 2004 in Inghilterra, è arrivato in Italia nel 2010, viene trasmesso da Rai YoYo (che ha raddoppiato gli ascolti, ed è diventato il canale per bambini più visto nella fascia 3-8 anni) e da Disney Junior e ora sta per arrivare al cinema e a teatro. Senza contare il merchandising (libri, magliette, felpe, giocattoli di ogni tipo, cd, peluche, puzzle, tazze, piatti, bicchieri, zaini e astucci per la scuola): un giro di affari che a fine 2013, dovrebbe aggirarsi attorno ai 120 milioni di euro, solo in Italia. E gli italiani hanno speso circa 30 milioni per regali natalizi legati alla famiglia dei maialini.

Del resto, nel Regno Unito il valore del merchandising ha toccato, nel 2010, i 200 milioni di sterline (circa 300 milioni di euro) ed è stabile da allora. E addirittura in Inghilterra, a Paultons Park, Hampshire, nell'aprile del 2011 è stato creato il parco a tema Peppa Pig World che attira bambini da ogni parte del mondo. Chi ha fiutato per primo il successo ora è milionario. La Giunti Kids ha acquistato i diritti per i libri già nel 2009. Oggi la casa editrice ha in catalogo una quindicina di titoli e le vendite a metà di quest'anno avevano raggiunto i 4 milioni e mezzo di copie.

E naturalmente c'è la gara a cercare di spiegare i motivi di questo successo planetario (Maurizio Crozza fa satira su Peppa, Linus e Savino ne parlano alla radio, il calciatore Gilardino ce l'ha tatuata sul braccio). Perché è semplice e immediato, perché è corto (gli episodi durano 5 minuti), perché si racconta la realtà quotidiana che vivono tutti i bambini e viene rappresentata una famiglia classica. A ben pensarci — dai Puffi ai Barbapapà, passando per i Teletubbies — nessun cartone animato nella fascia prescolare ha mai raccontato situazioni vere come l'asilo, le feste di compleanno, la mamma che lavora (Mamma Pig, modernissima, usufruisce del telelavoro da casa, beata lei), il papà che si lavora ma cucina pure e gioca sempre con i piccoli, e poi i fratellini, lei Peppa 4 anni, lui George 2 anni, che si addormentano insieme, gli amici del cuore, la maestra, i compagni di classe, le gite al parco, gli amici «multietnici» ovvero Susy Pecora, Rebecca Coniglio, Danny Cane, Pedro Pony, Emily Elefante e così via.

Non c'è davvero nulla di spettacolare, banditi gli effetti speciali, forme grossolane, colori netti, disegni come quelli che farebbe un bimbo di 5 anni. Recentemente, Francesco Raiano, manager che segue lo sviluppo del licensing di Peppa Pig in Italia, ha avuto modo di spiegare che «questo stile finto semplice, i disegni piatti e i dialoghi semplici sono rassicuranti per i bambini. Così come lo è il fatto che possano costantemente ritrovare nelle avventure la propria quotidianità». E forte di questa quotidianità, il 20 gennaio su Rai YoYo parte la sesta serie di «Peppa Pig» fortemente voluta dal direttore Liofreddi.

E il canale Rai per i più piccoli oltre a trasmettere a rotazione episodi vecchi e nuovi, in italiano e in inglese, organizza anche eventi collaterali come il pupazzo di Peppa Pig che va negli ospedali pediatrici per dare gioia ai bambini. In collaborazione con la Warner sta per uscire il film Peppa Pig, vacanze al sole e altre storie, in programmazione nelle sale italiane due weekend di gennaio, l'11 e il 12, e il 18 e 19: si tratta di episodi in anteprima della nuova serie. Neanche a dirlo, prenotazioni già

a buon punto in molti cinema. Thomas Ciampa, vicepresidente Warner Bros Entertainment, è entusiasta. A lui chiediamo perché una delle major più importanti del mondo decide di investire su un film di maialini, solo per l'Italia. «Tutto nasce da me e mia figlia di 5 anni, seduti sul divano a guardare «Peppa Pig». Ho capito che era più di un cartone: nascono satire su di lei, autogrill invasi, YouTube impazzito. A ciò si aggiunge che in questo periodo funzionano gli eventi di intrattenimento nei cinema. E così per la prima volta la Warner distribuisce al cinema un prodotto che non è un film vero e proprio».

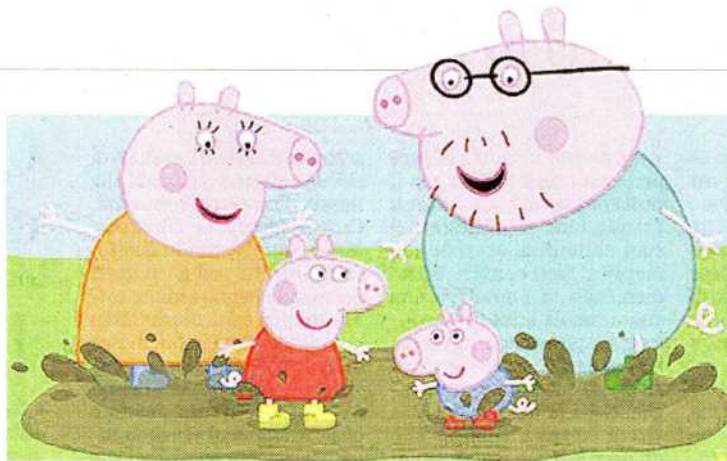
Come spiega questo successo? «In questo cartone, la famiglia è molto presente. In un'epoca in cui siamo tutti di corsa, in Peppa c'è la comunione del divertimento, tutti se la ridono insieme. Lo svago è condiviso tra piccoli e grandi». A gennaio il film, a febbraio lo spettacolo teatrale, Peppa Pig e la caccia al tesoro direttamente dall'Inghilterra. Il tour giungerà in Italia grazie a Roberto Indiano di Dimensione Eventi. Il 22 febbraio sarà al Gran Teatro di Roma, poi Torino, Genova, Padova, Trieste, Milano (10 e 11 maggio) Firenze, Bologna, Napoli. Lo spettacolo è identico a quello inglese e i grandi pupazzi arrivano dalla Gran Bretagna. Peppa è sul palco con famiglia e amici e va alla caccia di un tesoro, passa nel bosco, in montagna, utilizza i vari mezzi di trasporto. Nel secondo tempo è sotto il mare e incontra le stelle marine. Le canzoni sono riadattate in italiano e in teatro verranno coinvolti i bambini. Ma c'è da scommetterci: Peppa troverà nuovi percorsi.

Maria Volpe

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La mamma
Mamma Pig è una madre moderna, tecnologica che lavora da casa e può curare i figli
La piccola
Peppa Pig, la protagonista, è una maialina di 4 anni



Il papà
Papà Pig è un padre pasticcione che ama giocare con i piccoli
Il fratellino
George ha 2 anni. Alla fine di ogni episodio si rotolano tutti nel fango



In scena I pupazzi dello spettacolo teatrale che arriverà in Italia a febbraio. Titolo: «Peppa Pig e la caccia al tesoro»

Le altre serie intramontabili



I Puffi I folletti blu spopolano dal 1958



Barbapapà Fumetto nato in Francia nel 1970



Teletubbies Pupazzi televisivi nati nel 1997



La psicologa

«La guardo da nonna, i più piccoli si identificano»

«Sono tre geni della scoperta dell'acqua calda». Così in tono lieve e spiritoso, la dottoressa Silvia Vegetti Finzi, psicoterapeuta per i problemi dell'infanzia, della famiglia e della scuola, definisce Phil Davies, Mark Beker, Neville Astley, inventori del cartoon *Peppa Pig*. Vegetti Finzi conosce il fenomeno che ha conquistato i bambini di tutto il mondo anche in qualità di nonna di una nipotina di due anni. «La grafica non è bellissima — spiega — ma piace perché vengono rappresentate situazioni quotidiane in cui i bambini si riconoscono, vedono realtà che loro sperimentano ogni giorno, dall'asilo alle feste di compleanno, e poi si rispecchiano nella famiglia, comune a molti bimbi: mamma, papà, due figli, nonni, parenti e amici». Vegetti Finzi sottolinea poi altri due aspetti più profondi che toccano le corde dei bambini. Il primo: «Tutto quel che vedono corrisponde al loro semplice vocabolario e così sono in grado fin dai due anni di commentare gli episodi e spiegarli ai genitori». Il secondo che nasconde «una conoscenza della psicologia infantile» da parte di chi ha inventato il cartone: «Peppa anche di profilo ha due occhi. E i bambini piccoli riconoscono la faccia proprio dagli occhi. Quindi il fatto che Peppa abbia gli occhi anche sul profilo rende tutto più facile ai piccoli». Insomma, «non c'è mai nulla di casuale in queste cose».

Ma. Vo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

