



Geronimo Stilton entra in Rainbow. Iginio Straffi: «Cos'è - costruiamo il grande polo italiano per ragazzi»

Descrizione

(Adnkronos) «Mentre si prepara al ritorno di due delle sue serie più riconoscibili, Winx Club e Mermaid Magic, Rainbow compie un passo strategico destinato a ridisegnare il perimetro dell'intrattenimento per ragazzi in Italia: l'acquisizione di Geronimo Stilton, uno dei personaggi più amati della narrativa per l'infanzia a livello globale. Un'operazione che va oltre l'editoria e rafforza il progetto di Rainbow come unico grande polo italiano integrato, capace di sviluppare universi narrativi tra libri, animazione, cinema, contenuti digitali ed esperienze dal vivo. L'Adnkronos ne ha parlato con Iginio Straffi, fondatore e ceo del gruppo.

Come nasce l'acquisizione di Geronimo Stilton?

«Una grande eccellenza italiana. Un personaggio che ha formato l'immaginario di milioni di bambini in tutto il mondo e che condivide con Rainbow una base di valori molto forte: curiosità, positività, inclusione, desiderio di conoscenza. L'operazione nasce da una visione che portiamo avanti da anni: consolidare un grande polo di produzione di contenuti dall'Italia per il mondo, valorizzando IP (proprietà intellettuale) che hanno già dimostrato di funzionare nel tempo. Quando Elisabetta Dami e Pietro Marietti hanno iniziato a cercare un partner a cui affidare il futuro di Geronimo, ci è sembrato naturale proporci e raccogliere questo testimone».

Cosa cambia concretamente per Geronimo Stilton con l'ingresso in Rainbow?

«Da gennaio inizieremo a lavorare su un piano di sviluppo a 360 gradi. Ci concentreremo subito sui contenuti digitali e social, un'area che finora era stata meno presidiata, ma allo stesso tempo stiamo ragionando su un grande progetto audiovisivo: una serie o un film pensato come evento. Il nostro approccio è sempre integrato: il contenuto audiovisivo dialoga con i libri, con il gioco, con il licensing. L'obiettivo è amplificare la conoscenza del personaggio senza tradirne lo spirito».

Geronimo nasce come fenomeno editoriale. Quanto conta per voi la dimensione educativa?

«Conta moltissimo. Geronimo non è un personaggio che impone modelli, ma che accompagna. È percepito dai bambini come un amico autorevole, e questo lo rende speciale. Rainbow ha sempre lavorato su storie capaci di intrattenere ma anche di trasmettere valori. In questo senso Geronimo è perfettamente in linea con il nostro dna. La sfida è farlo crescere su nuovi media mantenendo intatta questa relazione di fiducia con i giovani lettori e spettatori».

Rainbow è oggi l'unica realtà italiana realmente integrata nell'intrattenimento per bambini e ragazzi. È una scelta industriale precisa?

«Sì. Siamo un gruppo 100% italiano che opera per con una visione globale. Produciamo animazione, live action, cinema, contenuti per le piattaforme, spettacoli dal vivo, esperienze immersive. Abbiamo Rainbow, Colorado Film, Bardel in Canada. Questa integrazione ci permette di accompagnare un IP lungo tutto il suo ciclo di vita. È un modello che in Italia non esisteva e che stiamo costruendo pezzo dopo pezzo».

Il rapporto con le piattaforme resta centrale, a partire da Netflix. Come evolve questo equilibrio?

«Con Netflix abbiamo un rapporto eccellente, che dura da molti anni. Abbiamo prodotto originali importanti sia per l'infanzia sia in quello che si chiama «live action». Ma il nostro piano è necessariamente più ampio: lavoriamo anche con altri broadcaster e piattaforme, perché la quantità e la varietà dei contenuti che produciamo richiede una pluralità di partner. È un mercato in continuo movimento e bisogna saper essere flessibili».

Continuate a investire anche nel cinema. Le sale hanno ancora un futuro?

«Sì, ma con un ruolo diverso. Le sale resteranno centrali per i film evento e per determinate esperienze. Alcuni linguaggi funzionano meglio sul piccolo schermo o addirittura sullo smartphone, altri hanno bisogno dell'esperienza collettiva della sala. Credo che il futuro sarà sempre più selettivo, ma il cinema non scomparirà».

Un altro pilastro è il mondo delle esperienze dal vivo: parchi divertimento, spettacoli, tour. Il futuro prossimo sembrano essere i format immersivi, con scenografie avvolgenti, tecnologie digitali, suoni, luci e interazioni che trasformano lo spazio in un ambiente narrativo.

«Per le famiglie l'esperienza dal vivo è fondamentale. Non si può stare sempre davanti a uno schermo. Uno spettacolo, un evento immersivo, crea un'emozione fisica, condivisa, che nessun altro mezzo può replicare. È un po' quello che succede con i concerti nella musica. A ottobre dell'anno prossimo partirà un nuovo spettacolo e stiamo lavorando su esperienze immersive itineranti, in collaborazione con partner internazionali. È un settore in forte crescita».

Per due tra le sue serie piÃ¹ di successo, Winx Club e Mermaid Magic, in molti aspettano le nuove stagioni. Le sirene, quando uscirono ad agosto 2024, arrivarono al primo posto su Netflix in oltre 50 paesi. Ci puÃ² anticipare quando si potranno vedere i nuovi episodi?

Ci stiamo lavorando ma non dipende solo da noi: Netflix programma le uscite anche in virtÃ¹ di quanto accade nel resto del mondo, di quali titoli arrivano dagli Stati Uniti o dalla Corea. Diciamo che da parte nostra siamo pronti a far tornare le Winx a settembre 2026 e le sirene entro la fine dell'anno.

Guardando avanti, qual Ã¨ l'obiettivo strategico di Rainbow?

Continuare a consolidare eccellenze. A volte acquistiamo studi, altre volte IP, perchÃ© sappiamo che un personaggio che ha giÃ attraversato il tempo ha un valore enorme. Geronimo Stilton va esattamente in questa direzione. Vogliamo dimostrare che dall'Italia si possono costruire universi narrativi globali, solidi, capaci di parlare a piÃ¹ generazioni e su piÃ¹ piattaforme. (di Giorgio Rutelli)

â??

spettacoli

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Dicembre 17, 2025

Autore

redazione