

Carissimo Stefano,

innanzitutto sempre grazie per la tua sincera ed unica amicizia.

Come mi hai richiesto ti do qualche informazione su Little Big Town.

L'idea è stata quella di creare un ambiente di vendita diverso dove si possa realmente far "vivere" il giocattolo.

Il nostro progettista non poteva che essere Valerio Mazzoli (cioè quello che ha progettato Disneyland, Euro Disney, Gardaland di Valmontone e, insomma, praticamente tutti i mondi magici dei bambini che si sono costruiti nel mondo intero) mentre la realizzazione è stata interamente affidata a Cinecittà Studios.

Ne è risultata una attività commerciale necessariamente supportata da una comunicazione integrata che valorizza il prodotto creando in chi entra interesse, suggestioni ed emozioni in un contesto ludico formato da maghi, giocolieri e personale adeguatamente formato a svolgere insieme ai bambini attività ludiche didattiche e competitive.

Devo dire che il successo è stato immediato e lo abbiamo potuto riscontrare molto prima dell'apertura da vari segnali quali : *omissis*; la casa produttrice delle proiezioni in 3D sul palazzo del nostro cartone animato si è offerta gratuitamente; la Fiat ci ha offerto un elevato numero di macchine e l'immediata sponsorizzazione, così pure Sky, Radio Globo, Venchi e diversi altri. Non appena abbiamo cominciato a fare inviti VIP molti di loro non in lista ci hanno chiamato per essere invitati.

Alla presentazione dell'apertura hanno partecipato tutti i telegiornali con Sky in diretta differita. Dal giorno dell'apertura si entra solo dopo una lunga fila di attesa tale che nella prima domenica è dovuto intervenire il servizio pubblico e il contatore dell'ingresso ha contato più di 15.000 persone.

Ovviamente tantissimi solo curiosi, comunque incrociando le dita per ora gli incassi giornalieri superano il doppio delle originali previsioni.

La compagine sociale, oltre me, è composta per lo più da privati più o meno noti che mi hanno affidato la carica di Amministratore Delegato, cosa che probabilmente li porterà al "fallimento" perché io, trascinato in questo ruolo li ho immediatamente convinti a fare il lancio che hai visto ed ora li sto trascinando ad aprire sempre all'interno di una sceneggiatura fiabesca una serie di bar per bambini (tipo Mc Donald) e avviarsi al franchising nazionale, editare un CD musicale e si sta già portando avanti la produzione del primo cartone animato, la costituzione di un club Marvellous per soli bambini, la donazione di una piccola parte degli incassi all'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù, e così via.

Avevo sempre rifiutato questo ruolo per deontologia professionale (non è bello che la gente ti abbini ad un commerciante) ma lo ho dovuto fare, come ti ho detto) per amore, amicizia e rispetto del mio grande amico Gianni Massaro (l'avvocato del cinema) che morendo quasi ha lasciato questa volontà scritta per, diceva lui, garantire il successo dell'iniziativa.

Comunque mi sono fatto coinvolgere e salvo la difficoltà di guidare una squadra di soci che non sono mai stati imprenditori devo dire che mi sto divertendo.

In ultimo non ci pensavo ma tu certamente sarai interessato all'importo dell'investimento : cinque milioni di euro.

Un forte abbraccio.

Enrico

P.S.: se ti può interessare ti allego una scheda riepilogativa che spiega le motivazioni che hanno orientato le mie scelte.

Allegato :

Abbiamo scelto Piazza Venezia perché abbiamo rilevato che è il luogo di Roma dove durante l'anno passano più persone.

Abbiamo scelto il settore dei giochi perché è praticamente l'unico che ha resistito ai tagli dei budget delle famiglie dovuti alle incertezze dell'economia (i dati vendite del settore gennaio – ottobre 2010 riportano un aumento del 3,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) che già riportava + 4% rispetto al 2008.

I sondaggi ci hanno orientato sulla scelta dei prodotti mettendo in luce anche alcuni fenomeni significativi negli orientamenti dei giochi per bambini e più precisamente il fatto che in Italia a crescere di più sono le vendite di pupazzi di peluche (+ 28%) seguite da quelle di giochi di costruzione (+14%) mentre sono diminuiti gli acquisti di giocattoli ad alto contenuto di tecnologia elettronica (-12%) e di bambole (-8%).

Si è dimostrato così da una parte un ritorno alle tradizioni, dall'altra un sempre maggiore orientamento a scegliere giocattoli che hanno, oltre la capacità di divertire, anche una valenza educativa e di interazione adulto – bambino.

Siamo cioè in presenza di una crescita della consapevolezza degli adulti che acquistano giochi per bambini che si estende oltre che al valore formativo anche a quello della sicurezza.

In ultimo grandissimo appeal a cui i consumatori si mostrano sempre più sensibili è quello dell'originalità dei prodotti.