

WISH LIST ANNIVERSARY

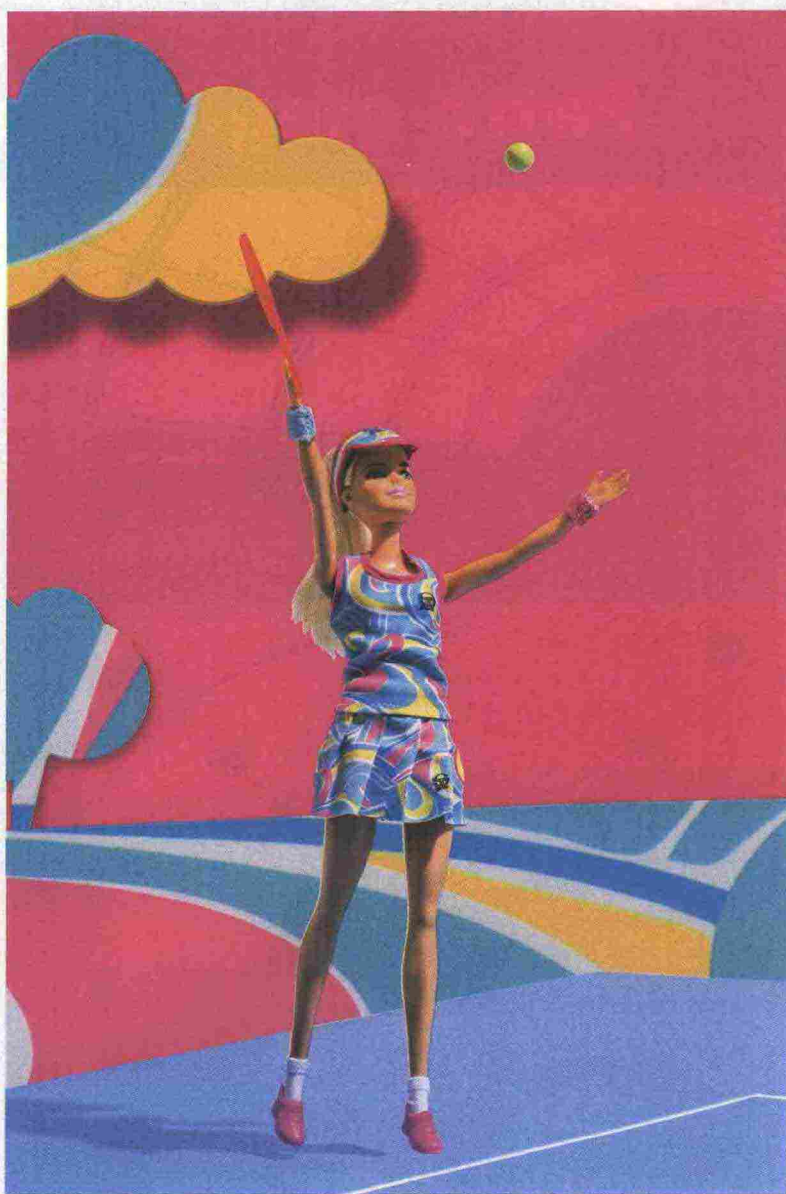
Nel mondo si vende una Barbie ogni tre secondi e il calcolo potrebbe essere in difetto, considerando che le vendite della bambola più famosa del mondo sono stimate in 58 milioni di esemplari in 150 paesi. In particolare quest'anno visto che si festeggia il 60esimo anniversario da quando nel marzo del 1959 a Willows, nel Wisconsin, Ruth Mosko Handler (co-fondatrice con il marito Elliot di Mattel, ancora adesso società proprietaria del brand) creò una bambola col nome di Barbara Millicent Roberts. Ruth aveva notato che sua figlia Barbara giocava spesso con una bambola di carta immaginando che fosse una donna adulta, tanto che il primo modello creò un mezzo scandalo, avendo forme piuttosto formose. Nel primo anno furono comunque vendute 350.000 Barbie, bionde e more. Da allora, il successo è diventato planetario e non accenna a diminuire, come ricorda Nathan Baynard, direttore marketing internazionale: «Sessant'anni sono un'enormità per l'industria dei giocattoli dove, oggi, un successo dura tra i tre e i cinque anni».

Nel corso degli anni, la Barbie ha seguito le mode e i cambiamenti sociali. Per esempio, negli anni 70 la sua popolarità scese perché le donne cominciarono a iscriversi in massa all'università e a popolare il mondo del lavoro. La Barbie, al principio solo casalinga, si è adeguata, affrontando anche le professioni più maschili: ufficiale di polizia, pompiere, pilota, rapper. Vestita con un abito rosso, bianco e blu, è entrata perfino nella corsa alle presidenziali americane. Ed è diventata anche sportiva: prima sciatrice, poi giocatrice di basket, quindi di calcio. E adesso, proprio per festeggiare il 60esimo anniversario, anche di tennis, con Naomi Osaka finita nella collezione Sheroes. Cresciuta negli States da padre haitiano e mamma giapponese, la Osaka rappresenta una multiculturalità decisamente da apprezzare: «Da bambina giocavo spesso con la Barbie, quindi vederne una con le mie sembianze è un'emozione forte ma anche un po' surreale».

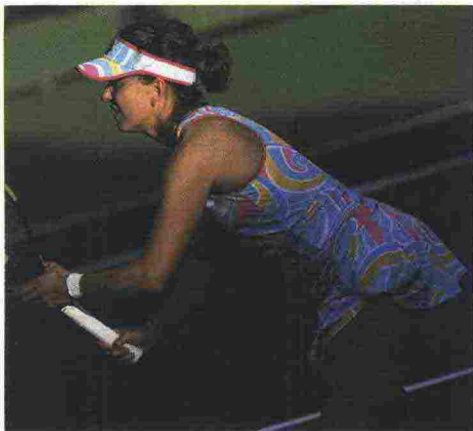
Ma il binomio Barbie-tennis non si è fermato alla Osaka. La Mattel ha infatti stretto una partnership con la **Sergio Tacchini** ed è stata creata una capsule collection per donna e bambina. Il brand che nella sua storia ha vestito fuoriclasse come John McEnroe, Pete Sampras, Novak Djokovic, Vitas Gerulaitis, Martina Hingis e Gabriela Sabatini, ancora

The Barbie Collection

Per festeggiare il 60esimo anniversario della più celebre bambola del mondo, Mattel ha creato un modello con le sembianze di Naomi Osaka e la **Sergio Tacchini** una collezione per donna e bambina



WISH LIST ANNIVERSARY



non l'aveva fatto con... una bambola. Per questa mini-collezione è stato creato un co-branding nel quale il logo Barbie si interseca con quello Sergio Tacchini. A Indian Wells, le testimonial del Team Tacchini sono scese in campo così abbigliate, a partire da Barbora Strycova (nella foto qui a fianco). La capsule prevede un completo da donna con tanktop e gonnellino e uno da bimba con t-shirt e gonnellino, oltre a tutti gli accessori e una t-shirt dedicata all'evento. La Barbie Totally Hair è servita da ispirazione, con grafiche che ricordano gli effetti psichedelici e i colori ufficiali di Mattel per l'anniversario.

Il gonnellino è il modello plissettato, un classico del tennis femminile, mentre il tanktop ha un taglio molto lineare e pulito, con i bordi dello scollo squadrato e del giromanica profilati con un vivace fucsia. La visiera riprende le grafiche del completo e riporta il logo co-branding sul davanti, così come i polsini che sono invece uno con il logo Sergio Tacchini e l'altro con quello Barbie. La t-shirt in cotone è celebrativa dell'evento e riporta il viso della prima Barbie, simbolo di queste celebrazioni. Per l'occasione, è stata scomodata anche Magia 2000, cioè gli Italian Barbie Designer for Special Events, che hanno creato una versione in miniatura del completo da tennis per la Barbie, corredato da accessori e props, come si trattasse di una bambola da collezione. Una Barbie tennista nell'anno in cui la celebre bambola viene festeggiata anche con un film con Margot Robbie, l'attrice australiana candidata all'Oscar per *I, Tonya*, e continua a sfornare nuovi prototipi nel centro di progettazione del Gruppo Mattel a El Segundo, sobborgo di Los Angeles, dove lavorano oltre cento persone. Ma come nasce una nuova Barbie? Si parte da uno schizzo dei designer, si passa alla scultura con software all'avanguardia, stampa 3D, disegno dei tratti del viso, cucitura dei capelli, scelta dei tessuti, taglio e confezionamento degli abiti. Un processo che può durare dai 12 ai 18 mesi. Il modello di Barbie verrà poi inviato dal Gruppo Mattel alle sue fabbriche in Cina e Indonesia.

E, dulcis in fundo, Barbie da giocattolo è diventata anche influencer (come poteva non esserlo nell'epoca dei social network) con un account Instagram in cui parla «direttamente ai bambini di quello che sta succedendo nella sua vita, argomenti che sono importanti per le ragazze di oggi» spiega ancora Nathan Baynard. Fra i consigli, adesso c'è anche quello di provare a giocare a tennis.

**Barbie Naomi**

Mattel ha creato una collezione speciale di Barbie denominata *Sheroes* in onore di una ventina di personaggi femminili di varie età e nazionalità. Tra queste, l'attrice, modella e attivista Yara Shahidi, la regista Ava Duvernay, la top model Adwoa Aboah e Naomi Osaka, vincitrice degli ultimi due tornei dello Slam.

