

CENTRI COMMERCIALI TRAVOLTI DAL FENOMENO MIRACLE TUNES

Dal boom televisivo ai bagni di folla nei Centri Commerciali: ecco i segreti dietro ai numeri da record.

Da un adattamento televisivo di una serie TV giapponese ad un vero e proprio **fenomeno pop 3.0**: le Miracle Tunes in pochi mesi dal loro sbarco in Italia, hanno conquistato i cuori dei loro giovanissimi (e soprattutto delle giovanissime) fan e non hanno intenzione di fermarsi qui. Prima il **successo in TV** e poi il lancio presso il pubblico di massa dei **centri commerciali**: ecco cosa c'è dietro l'enorme exploit delle cinque eroine musicali.

NASCITA ED ESPLOSIONE DEL FENOMENO "MIRACLE TUNES" - La Serie TV è approvata ufficialmente in Italia il 13 ottobre 2018 prima sul canale Boing, poi su Cartoonito. Lo show, diretto da **Roberto Cenci** (regista di alcuni dei programmi più famosi della televisione italiana) e prodotto da **Showlab, Mediaset e Giochi Preziosi** vanta la partecipazione di due guest star d'eccezione: **Michelle Hunziker** nel ruolo di Dea della Musica, e **Angelo Pintus** in quello di Signore delle Tenebre. In una lotta del bene contro il male all'interno del "Regno della Musica", le cinque Miracle Tunes Julie (**Giulia Sara Salemi**), Emily (**Emily Shaqiri**), Jasmine (**Jasmine Roberta Molinaro**), Sophia (**Giulia Izzo**) e Charlotte (**Lavinia Mantegazza**) combattono contro la negatività a suon di canzoni, musica e danze. Obiettivo delle cinque giovani eroine è quello di recuperare e proteggere i famosi tesori chiamati "Gioielli della Musica" che erano inizialmente custoditi all'interno della Crystal Melody Box ma che sono stati poi successivamente rubati dal tremendo Signore delle Tenebre che usa la sua forza oscura per trasformarli in "Gioielli della Negatività" mettendo tutti quanti in serio pericolo.

Gli elevatissimi indici di ascolto hanno convinto **Mediaset** a scommettere sulla fortunata serie, e così le puntate della prima stagione sono andate in onda anche su **Italia Uno** tutte le mattine dal 22 dicembre fino a domenica 6 gennaio. Per il lancio sul canale Mediaset, le ragazze sono state ospiti di **Barbara d'Urso** a Pomeriggio Cinque ([video](#)) e la notizia è stata riportata da vari telegiornali generalisti ([video studio aperto](#)). L'escalation delle cinque Miracle Tunes non si ferma qui e pare davvero inarrestabile: tanti i paesi che, oltre all'Italia, hanno acquistato il format, tra cui Spagna, Inghilterra, Germania; **194 mila gli utenti iscritti** ad oggi sul [canale ufficiale YouTube](#), con oltre **46 milioni di views**, diverse centinaia di punti vendita che in Italia commercializzano i giocattoli ufficiali (quasi tutti sold out) a cura di **Giochi Preziosi**.



DALLA TV AI CENTRI COMMERCIALI - Il punto di passaggio fondamentale dagli schermi ai cuori delle fan innamorate è rappresentato dai **live show**. L'agenzia **Alla Vigna**, leader nel settore dell'organizzazione di eventi nei centri commerciali, ha curato la commercializzazione, la distribuzione e l'allestimento degli show dal vivo con tanto di meet&greet gratuito all'interno di **ventidue centri commerciali** ([lista centri commerciali](#)) ed altre undici date sono già in programma fino alla fine del 2019. La risposta è stata ovunque stupefacente con media di ben **quattrocento famiglie** per ogni tappa del tour dove quasi **11.000 bambine**, accompagnate dai rispettivi genitori, hanno partecipato a questi incredibili eventi che coinvolgono proprio il target ideale per tutte le società di gestione. [VIDEO SINTESI TOUR](#).

NUOVA SERIE IN ARRIVO - A partire dal 09 settembre 2019 inizierà ad andare in onda tutti i giorni l'attesissima **seconda serie** delle Miracle Tunes. Dopo tutto l'enorme successo inaspettato arrivato già con la prima serie, con la messa in onda della seconda l'interesse e la fama delle cinque eroine crescerà ancora di più a dismisura e la loro fan base subirà un ulteriore e **fisiologico aumento** che si tradurrà a sua volta in un numero ancora più imponente di **famiglie partecipanti** all'interno dei centri commerciali.



INFORMAZIONI SU ALLA VIGNA - Alla Vigna è una delle agenzie leader in Italia nel business dell'organizzazione di eventi per i centri commerciali italiani. Il grappolo è il simbolo di appartenenza a quella terra, la Toscana, dove l'azienda risiede da oltre dieci anni. Alla Vigna si occupa da sempre di organizzare tantissimi eventi (core business) per tutti i tipi di target: bambini, ragazzi e famiglie. Grazie ad una storica partnership consolidata con tutte le principali major discografiche, Alla Vigna ha sempre curato centinaia di instore tour nazionali della maggior parte dei cantanti italiani come ad esempio recentemente: Guè Pequeno, Sfera Ebbasta, Il Volo, Fedez, Alessandra Amoroso, Emma Marrone, Marco Mengoni, Salmo, Francesco Renga, Elettra Lamborghini, Gianni Morandi e tantissimi altri. La media annuale è di circa 320 eventi, in particolare 337 solo nel 2018 ([video mix di fine anno](#)). Oltre al ramo degli eventi Alla Vigna è attiva anche nell'ambito degli allestimenti per eventi, del marketing e della comunicazione, dello scouting e delle produzioni musicali tramite la sua esclusiva Music Factory.

LINKS

[SITO](#) / [FACEBOOK](#) / [INSTAGRAM](#) / [TWITTER](#) / [LINKEDIN](#) / [YOUTUBE](#)

CONTATTI UFFICIO STAMPA

Ilaria Valdiserra
+39 050 70 21 67
press@allavigna.com

ALLA VIGNA SRL

società unipersonale - direzione e coordinamento Gest Srl
56021 - Cascina (PI) - via Olanda, 6 - P.IVA e CF 02070310509
capitale sociale 10.000,00 € interamente versato - REA di Pisa n° PI - 178514