

SUCCESSO ANCHE IN ITALIA I ROMANZI DI «VAMPIRE DIARIES» GIÀ RIPUBBLICATI

E continua la febbre di «Twilight» Sbarca in tv «Il diario del vampiro» la saga che appassiona i teenager

La febbre per i vampiri non si placa. Sbarca infatti anche in Italia *Vampire Diaries*, la nuova serie tv che ha debuttato in America lo scorso 10 settembre e che ha riscosso un notevole successo di pubblico. L'episodio pilota della serie, che punta allo stesso pubblico della saga *Twilight* e del televisivo *True Blood*, è stato trasmesso dalla tv via cavo Cw ed è stato visto da quasi cinque milioni di telespettatori. Ad aver acquistato i diritti tv italiani in esclusiva, Mediaset Premium, che a partire dal 3 febbraio, alle ore 21.50, trasmetterà la nuova serie sul canale pay Mya.

Atmosfere suggestive e un'ambientazione gotica molto curata: sono questi gli ingredienti di *Vampire Diaries*, la storia in 22 episodi di Elena, una teenager bella e determinata, che diventa l'oggetto della passione di due fratelli vampiri, Stefan e Damon, uno buono e l'altro

diabolico. La serie, targata Kevin Williamson (noto per aver ideato il celebre teen drama *Dawson's Creek*), è ispirata alla saga letteraria di Lisa Jane Smith *Il diario del vampiro*, edita dalla **Newton** Compton e pubblicata in America nel 1991, esattamente 14 anni prima che Stephenie Meyer pubblicasse *Twilight*.

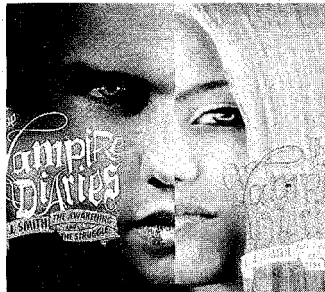
Il progetto della serie televisiva è stato fortemente voluto da uno dei produttori esecutivi, Alloy's Les Morgenstein, che, sulla scia del suc-

cesso di *Twilight*, ha proposto di ristampare i romanzi della Smith in una veste grafica più accattivante. Il successo è stato infatti immediato: i primi tre titoli sono balzati in cima alla classifica del *New York Times*, spingendo l'editore HarperCollins a pubblicare immediatamente i capitoli successivi della saga.

Anche in Italia, i romanzi hanno avuto un gran successo, a riprova del fatto che, a quanto pare, il filone new gothic piace. La serie *Il diario del vampiro* ha infatti venduto ben 400.000 copie.

Negli Usa, tra l'altro, la serie televisiva è stata lanciata da una massiccia campagna pubblicitaria di donazione del sangue, curiosa iniziativa che ha avuto un largo consenso. La campagna, ideata da Cw e sponsorizzata dalla serie, ha infatti raggiunto ben 250 istituti scolastici americani. Dopo il successo riscosso dall'iniziativa americana, anche la **Newton** Compton ha

voluto promuovere una campagna parallela, *Adotta un vampiro*, lanciata il 31 ottobre scorso, in occasione della giornata di Halloween. Contemporaneamente, è stato anche attivato un sito internet, www.adottaunvampiro.it. La serie, che verrà proiettata lunedì in anteprima a Milano e a Roma, ha avuto anche il plauso del *New York Post*, che ha addirittura pubblicato 5 motivi per cui *Vampire Diaries* sarebbe «meglio di *Twilight*».



I DIARI In formato tv

