

A tu per tu con Barbara Dall'Angelo, presidente e ceo di Dall'Angelo Pictures.

“L'home video è ancora un Mondo senza Fine”

Dall'Angelo Pictures ha individuato nelle miniserie Tv un segmento estremamente interessante, perché in grado di generare ancora forte appeal tra i collezionisti di Dvd e Blu-ray. Ne parliamo con Barbara Dall'Angelo, presidente e ceo della società romana.

L'uscita di Mondo senza Fine in home video segue il grande successo de I Pilastri della Terra. Quale risposta prevedete dal mercato per questi titoli?

Grazie al grandissimo successo da noi ottenuto in home video con *I Pilastri della Terra*, ci siamo aggiudicati lo scorso anno per l'Italia i diritti home video e free Tv di *Mondo Senza Fine*, tratto dal best seller di Ken Follet e seguito ideale de *I Pilastri della Terra*. Abbiamo pianificato l'uscita del cofanetto per il 23 aprile: la miniserie sarà suddivisa in 4 Dvd arricchiti da 80 minuti di contenuti speciali a 24,99 euro al pubblico e in 3 dischi Blu-ray anch'essi arricchiti da 117 minuti di extra appassionanti a 34,99 euro al pubblico. Abbiamo pianificato un lancio day & date in edicola con le testate Mondadori di *Tv Sorrisi e Canzoni* e *Panorama*. In Tv, abbiamo chiuso un accordo con La7 per la programmazione in chiaro verso fine anno.

Quali sono le caratteristiche di Mondo senza Fine?

Mondo senza Fine è una miniserie spettacolare da 42 milioni di dollari di budget, prodotta da Ridley e Tony Scott. E' ambientata anch'essa, come *I Pilastri della Terra*, nell'immaginaria comunità di Kingsbridge, ma in questo caso all'epoca della peste nera e alle soglie della Guerra dei Cent'anni. Sullo sfondo di questo scenario storico, ricco di intrighi e misteri, la giovane e bellissima Claris (interpretata da Charlotte Riley - *Un matrimonio all'Inglese*), insieme al suo amato Merthin (Tom Weston-Jones), cercheranno di convincere la comunità di Kingsbridge a ribellarsi ad abusi e costrizioni, opponendosi allo strapotere della Corona e della Chiesa. Considerando la diffusione record che ha finora raggiunto il primo capitolo della saga, circa 22mila cofanetti nella versione Dvd e circa 7mila in BD, ci aspettiamo non solo grandi numeri da *Mondo senza Fine*, ma anche una rivitalizzazione de *I Pilastri della Terra*, che già durante l'esposizione televisiva di *Mondo senza Fine* su Sky Cinema 1 (con share da oltre 400mila spettatori a episodio) ha ottenuto nuovi picchi ai vertici della classifica delle serie più vendute nel nostro paese.

Nel vostro catalogo, stanno aumentando i titoli relativi alle mini-serie Tv, tra cui i recenti *The Kennedys* e *Camelot*. E' una scelta strategica precisa?

Certamente sì. Oggi il pubblico, da noi operatori del settore, si aspetta prodotti di qualità sia da un punto di vista di contenuti, sia da un punto di vista di realizzazione tecnica. Lo scenario dell'entertainment, con l'avvento di nuove tecnologie e in particolare di siti come YouTube, è molto cambiato. Il pubblico può fruire gratuitamente, tramite una vasta gamma di device (dai televisori, ai computer, agli smartphone, ai tablet ecc), di una quantità inverosimile di contenuti audiovisivi (di qualità amatoriale, oppure caricati in Internet violando la legge sul copyright): basti pensare che ogni minuto vengono caricati sulla rete, in varie forme e modalità, circa mille video, pari a 42 ore di contenuti. Secondo studi recenti, il 2025 sarà l'anno in cui tutto il materiale video disponibile nel nostro pianeta sarà pub-



Barbara Dall'Angelo

blicato in qualche forma su Internet. Il mercato dell'audiovisivo in generale, e non solo quello dell'home video, rincorre affannosamente la parcellizzazione dei modi di sfruttamento che l'accessibilità a tecnologie evolute e la globalizzazione hanno determinato. Per affrontare questo nuovo scenario, la risposta è nell'alta qualità. Ecco quindi l'importanza per noi di investire in programmi come le "mini-serie evento" che destinano budget elevati e

raccontano di storie, passatemi il neologismo, "eventizzabili". Nel nostro catalogo, abbiamo infatti titoli come *The Kennedys*, *Titanic*, *Camelot*, *I Pilastri della Terra*, *Mondo senza Fine*.

Tra le vostre ultime novità, vi siete dedicati al mondo dei documentari, acquisendo alcuni titoli della BBC. Sono prodotti che hanno riscosso interesse sul mercato italiano?

Sono prodotti di nicchia ma, grazie

all'altissimo valore produttivo che la BBC esige dai loro documentaristi, hanno un mercato di fedeli appassionati. Per ora della collezione *BBC Earth* abbiamo fatto uscire in Dvd e Blu-ray *Human Planet* e, più di recente, *Frozen Planet*. Sono documentari incredibilmente appassionanti e fatti con grandi dispieghi di mezzi tecnici. Per questo, *Frozen Planet* è vincitore di ben 4 Emmy Awards, ha richiesto 4 anni di riprese e ha visto decine di tecnici ed esperti all'opera tra i ghiacci dell'Artico e dell'Antartide. Gli operatori della BBC riescono a lavorare in condizioni climatiche estreme con temperature che arrivano perfino a -50° e venti che spirano fino a 130 km orari; ma il risultato è straordinario e la differenza con altri documentari sui medesimi argomenti è notevole: molte delle immagini presenti in *Frozen Planet* riprendono infatti a scenari mai documentati prima d'ora. Questa di *Frozen Planet* rimarrà forse l'unica testimonianza di questo patrimonio naturale del nostro pianeta, poiché per via del riscaldamento terrestre in pochi anni sarà destinato a mutare.

Quali sono le altre novità a cui state lavorando per i prossimi mesi?

Continueremo con le release delle nuove stagioni di *CSI Vegas*, *Miami* e *New York*, la nostra serie di maggior successo, in cui abbiamo creduto ancor prima che CSI diventasse un brand rinomato acquisendola per l'Italia nel 2000, ancora prima della messa in onda in Tv in America. Inoltre, continueremo con i nuovi episodi di *Shaun Vita da Pecora* e del suo spin-off *Timmy Time*. E, infine, presenteremo la nuova stagione de *Il Treno dei Dinosauri*, la serie di animazione prodotta da Jim Henson. Riguardo a questa serie, di cui abbiamo già tutti i diritti delle stagioni precedenti, tre mesi fa abbiamo chiuso un accordo con Nestlé per il 2013 e il 2014, per la brandizzazione delle uova di Pasqua di Nestlé con il personaggio di Buddy, il Tyrannosaurus Rex arancione protagonista della serie. Questa iniziativa ha già fatto segnalare un incremento del numero delle vendite Dvd e l'audience della trasmissione su Dea Kids e Rai Due.

Il settore dell'home video tradizionale attraversa una crisi senza precedenti. Voi come vi state muovendo? Il ricorso alle piattaforme digitali è sufficiente?

Il supporto fisico è in evidente crisi, ma credo che abbia ancora un futuro. La transizione completa al digitale - a mio avviso - avverrà certamente, ma occorreranno diversi anni per arrivarvi. Noi cerchiamo, nel frattempo, di offrire un prodotto fisico in Dvd molto ben confezionato per suggerire idee regalo o per attrarre i collezionisti, e di offrire le versioni BD dei nostri titoli più importanti (abbiamo a tale riguardo messo sul mercato il 3 aprile di quest'anno *Pomodori Verdi Fritti alla Fermata del Treno*). Cerchiamo inoltre di essere presenti su tutte le più importanti piattaforme digitali per fornire ai clienti finali la nostra library e le nostre novità in modalità download, streaming e VOD. Da un anno, abbiamo completamente digitalizzato l'intero nostro catalogo e collaboriamo con iTunes, Chili, Mediamarket, Digital Movie, IBS, T-Buy e Cubovision di Telecom. Siamo in trattativa per iniziare a collaborare con Xbox e PlayStation e siamo in attesa che approdino in Italia player importanti come Amazon e Netflix, che sicuramente aiuteranno il consolidamento di questa nuova fruizione di contenuti.

