

GUARDARE AVANTI

DALL'ANGELO PICTURES CONTINUA A CALCARE LA STRADA DEL CINEMA D'AUTORE E DELLE GRANDI SERIE TV. INTANTO GUARDA AL VOD CON UN PROGETTO AMBIZIOSO, PORTARE I SUOI FILM SU ITUNES DI EROS FONTANESCA

Aziende

Cinema d'autore, serie Tv e massima attenzione alle nuove modalità distributive. E questa la ricetta di **Dall'Angelo Pictures** contro la crisi del settore. L'azienda romana, molto attiva sul fronte delle acquisizioni, sempre "full rights", presenta per fine anno i cofanetti della serie cult di Mtv *I soliti idioti* e, dopo le uscite dei film di Bernardo Bertolucci e Pier Paolo Pasolini, avrà a breve una trilogia di Federico Fellini. Sul fronte delle serie Tv l'etichetta presenterà *The Kennedys* e *Camelot*, mentre è già atteso per il 2013 *Un mondo senza fine* (sequel del successo *I pilastri della Terra*). Ce ne parla direttamente **Barbara Dall'Angelo**, presidente e Ceo della società, che sul fronte del Vod anticipa a *Trade Home Entertainment* un progetto ambizioso: è infatti sul tavolo un possibile accordo con iTunes di Apple.

Per iniziare, può darci una valutazione sull'anno fino a questo momento per Dall'Angelo Pictures?

«La crisi si è fatta sentire e l'abbiamo accusata più degli altri anni. Nonostante le difficoltà siamo riusciti a chiudere il primo semestre in linea con il 2010 e prospettiamo, quindi, un pareggio a fine anno, se nella sua seconda parte continueremo a performare allo stesso modo. Questo sia per quanto riguarda il fatturato complessivo dell'azienda, sia nello specifico per l'home video i cui dati positivi sono il risultato di due fattori. Il primo è che il calo del Dvd, pari, per quanto ci riguarda, al 10%, è stato compensato da un eguale incremento del Blu ray, la cui quota complessiva sul fatturato è arrivata al 18% (contro l'8% dello scorso anno); in secondo luogo hanno giovato le performance di alcuni titoli usciti a inizio anno. Mi riferisco a *I pilastri della Terra*, che ha superato le 20 mila unità in Dvd e le 6 mila in Blu ray (un record per le serie Tv in alta definizione). Il titolo è rimasto in vetta alle classifiche del segmento di riferimento (secondo i dati GfK per diverse settimane ed è poi tornato al primo posto negli ultimi mesi quando Skylo ha riproposto nel suo palinsesto. Contiamo ora che a novembre la sua programmazione da parte di Mediaset in free Tv possa offrire una nuova spinta alla vendita dei cofanetti. Un altro titolo per noi importantissimo è stato *Novecento* di Bernardo Bertolucci: 7 mila pezzi in Dvd e 3 mila pezzi in Blu ray (dati di inizio luglio). Infine c'è stato *La vera storia del gatto con gli stivali* (4 mila pezzi da inizio anno), una favola che si inserisce nella nostra offerta per bambini insieme a *Cappuccetto Rosso* (30 mila units in due anni) e *Cenerentola e gli 007 nani* (66.400 pezzi venduti in Dvd e 2.600 in Blu ray). In termini di sell out nel primo semestre abbiamo complessivamente raggiunto una quota dell'1% sull'intero mercato home video, un risultato per noi molto importante».

Il cinema d'autore è un segmento che sta pagando, avrete altre uscite importanti?

«Il 21 settembre abbiamo avuto *Ultimo Tango a Parigi*. Anche per questo titolo, come già per *Novecento*, abbiamo appositamente realizzato un'intervista a Bertolucci, facendolo parlare del suo rapporto con Marlon Brando, dei problemi dovuti alla censura che gli costò il diritto di voto per diversi anni, del suo litigio



© Massimo Rapisarda

con Maria Schneider e infine del suo rapporto con la psicoanalisi. Oltre ai film di Bertolucci, abbiamo la trilogia di Federico Fellini in Dvd con *Casanova*, uscito il 21 settembre, *Satyricon* e *Ginger e Fred* rispettivamente il 5 e il 19 ottobre; che contiamo possa dare gli stessi soddisfacenti risultati della trilogia appena uscita sempre in Dvd di Pier Paolo Pasolini con *Decameron*, *I fiori delle mille e una notte* e *I racconti di Canterbury*. Un'altra edizione di prestigio è stata *Lisbon Story* di Wim Wenders, mentre di prossima uscita il 19 ottobre abbiamo *I signori della truffa* diretto e interpretato da Robert Redford, un cult per tutti gli appassionati di informatica e tecnologia».

Può parlarci delle vostre strategie di acquisizione? Su cosa puntate e come vi orientate sul mercato?

«Le nostre acquisizioni comprendono sempre i diritti per tutti gli sfruttamenti, cinema, home video e merchandising. Personalmente, amo lavorare sui grandi classici, gli "impeccabili" che rileghiamo nella collana Dall'Angelo Pictures Movie Club e che rappresentano i nostri fiori all'occhiello. Continueremo a puntare sui grandi eventi, sui film dai grandi cast, sulle serie più cult e sul cinema d'autore. È la nostra risposta alla crisi del mercato. Abbiamo ad esempio acquistato il cinematografico *The Double* con Richard Gere, mentre per quanto riguarda le serie avremo il 5 ottobre *The Kennedys* (8 episodi), su cui crediamo moltissimo, con Kate Holmes nei panni di Jackie Kennedy e Greg Kinnear in quelli del presidente JFK. Il prossimo anno avremo *Titanic* (4 episodi), che faremo uscire in occasione del centenario del naufragio, e la prima stagione dell'epico *Camelot*. Per chiudere il 2011

punteremo invece su un prodotto che rappresenta (insieme alla riedizione in BD de *Il piccolo Lord*) una delle strenne natalizie. Grazie all'accordo con Mtv avremo *I soliti idioti* in Dvd, la serie politicamente scorretta con Francesco Mandelli (il Nongiovane) e Fabrizio Biggio. Nato da un format inglese, l'edizione italiana si ispira chiaramente al titolo del celebre film di Mario Monicelli *I soliti ignoti* e ironizza sulla figura dell'italiano medio. I 38 episodi delle prime tre stagioni saranno raccolti in tre cofanetti (da 3, 4 e 5 Dvd), che usciranno rispettivamente a ottobre, novembre e dicembre. Le tre uscite saranno arricchite da sorprese e gadget per gli appassionati che li acquisteranno nei primi mesi. Da questo prodotto ci aspettiamo molto, anche grazie a tutti gli eventi di contorno al fenomeno: c'è già stato uno spettacolo teatrale e c'è una linea di abbigliamento che riporta le battute più celebri, inoltre a novembre sarà in uscita in 600 copie il lungometraggio prodotto da Taodue e contemporaneamente avverrà il lancio di una linea di merchandising: Enaudi pubblicherà a dicembre il libro e, infine, per il prossimo anno è attesa la quarta stagione Tv».

Dopo *I pilastri della Terra*, Dall'Angelo ha acquistato i diritti di *Un mondo senza fine*, il sequel ancora in produzione. Quando sarà disponibile il prodotto?

«La produzione è iniziata ad agosto in Ungheria, dove è stata ricostruita un'intera cittadina medioevale. Le ricostruzioni e l'adattamento della sceneggiatura saranno supervisionate dall'autore dell'omonimo romanzo, Ken Follet. La realizzazione dell'opera è stata commissionata dal canale Starz alla Tandem Communications e alla Scott Free (la società di produzione dei fratelli Ridley e Tony Scott) e il budget è di 44 milioni di dollari. Ambientato due secoli dopo la costruzione della cattedrale di Kinsley, che fa da sfondo al primo romanzo di Follet, *Un mondo senza fine* si colloca nel contesto della guerra dei 100 anni, durante la quale la po-

Video on demand: credo fermamente sia necessario cavalcare ciò che la tecnologia offre, sfruttandone ogni opportunità

polazione europea è stata decimata dalla peste. L'uscita home video dovrebbe arrivare con l'inizio del 2013 dopo che Sky metterà in onda la serie nell'autunno 2012».

Concludendo, Dall'Angelo ha aderito al progetto Movie On Demand. Quanto è interessante per voi il Vod?

«L'immissione del nostro prodotto sul mercato è completo appannaggio di Sony. La collaborazione con la major è totale su tutti i fronti e stiamo lavorando per accordarci anche per la gestione dei nostri titoli nella modalità Vod. Intanto ci stiamo muovendo direttamente, il primo passo è stato l'accordo con Movie On Demand ed entro fine anno contiamo di terminare la digitalizzazione per la distribuzione on-line di tutto il nostro catalogo in modo da poterli rivolgere anche ad altri interlocutori. Sono stata a Parigi per parlare con il management dell'Apple iTunes, che sembra molto interessata ad aprire con noi una trattativa. Sicuramente grazie a questa modalità di distribuzione potremo andare a colpire un target che è sempre più difficile da raggiungere, come quello dei giovani. Personalmente credo moltissimo nell'opportunità di cavalcare la tecnologia. Per forma mentis cerco di cogliere le opportunità che si aprono piuttosto che assistere ai danni che si presentano da una nuova situazione. Siamo di fronte a una nuova generazione di utenti, abituata a fruire i contenuti in una modalità completamente nuova. Per raggiungere una fetta di mercato che altrimenti andrebbe persa il Vod è, secondo me, una valida risposta. Inoltre questo rappresenta una modalità utile per combattere la pirateria: iTunes con la musica ci è riuscita, non vedo perché non ci possa riuscire anche per i film».



Tra i prodotti di prossima uscita dell'azienda romana le serie cult di Mtv *I soliti idioti*, che rappresenta uno dei pezzi forti di Natale, e l'epico *The Kennedys* - *La storia di una famiglia*.