

Simona Ercolani scommette sul medical

• Anche l'Italia avrà il suo *Grey's Anatomy*. Solo che, a differenza della nota serie americana, questa avrà i tratti di una docufiction, proponendo personaggi più veritieri, ma non meno appassionanti, di Meredith Grey e colleghi. A produrlo è la *Stand by Me* di Simona Ercolani (foto), che da qualche tempo si è trasferita, armi e bagagli, all'ospedale Sant'Andrea di Roma per seguire, in presa diretta, la vita di un gruppo di specializzandi in pediatria. Saranno



© Ivan Pizzi

loro i protagonisti del programma, il cui titolo potrebbe essere *Dottori domani*. Non solo.

Al mondo della medicina si ispira anche il secondo progetto della società: *Coppie in attesa*. Per quasi un anno, il team di autori della società ha seguito un gruppo di coppie che sono ricorse alla fecondazione assistita in Italia.

Sia *Dottori domani* sia *Coppie in attesa* sono idee sviluppate autonomamente da *Stand by me*, ancora senza committenza. Certa invece la terza edizione di *Icône*, il programma di infotainment trasmesso con successo da Rai5.

Wildside tenta "il miracolo"



© Fabio Lommi

• Per la sua nuova coproduzione internazionale, la Wildside scommette sullo scrittore Niccolò Ammaniti (*Branchie, Io non ho paura*): a

lui la società di produzione, guidata da Lorenzo Mieli (foto) e Mario Gianani, ha deciso di affidare la stesura de *Il miracolo*, una serie lunga a metà tra il soprannaturale e il thriller politico. Ambientata nel 1955, la storia prende le mosse dal miracolo avvenuto in una piccola città fuori Roma: la statua della Vergine Maria, posta da una famiglia nel proprio giardino, piange lacrime di sangue. Il miracolo innescherà però una serie di eventi, anche a carattere politico e religioso, che arriveranno perfino a coinvolgere il Vaticano. Il titolo verrà distribuito da Canal Plus e Sky, per la stagione 2015/2016.

● ● *"Red Oaks", "The Cosmopolitans", "Hands of God", "Hysteria" e "Really" sono i pilot selezionati da Amazon (100mln di dollari gli investimenti in audiovisivo) e che gli utenti di Prime Instant Video (Uk e Usa) valuteranno per dare il via libera alle serie complete*

IL BRAND ENTERTAINMENT DIVENTA MULTIPIATTAFORMA



Il fondatore Floriano Omoboni (foto), illustra a Tivu' il progetto.

Qual è il legame tra le crociere e gli sport outdoor?

«Il termine outdoor è molto ampio e abbraccia tutto ciò che è mare, montagna, vacanza attiva, passatempo all'aria aperta... Quindi, pur non essendo una disciplina sportiva,

è se tra le killer application del brand entertainment ci fossero anche le (così sottovalutate) tv locali? Da questa intuizione nasce il format originale *Mondo crociera*, in onda sulla neonata SportOutdoor Tv: una piattaforma, unica in Italia, che porta gli sport all'aria aperta sulle tv locali (Odeon e una syndacation di oltre 100 emittenti) e on line (Streamit e www.sportoutdoor.tv).

la crociera rientra a pieno in questa categoria».

Quante compagnie hanno già investito sul programma?

«Msc Crociere è stata la prima ad aver creduto - e a credere tuttora - in noi. Il programma però è aperto a tutti: tra gli altri, hanno aderito Costa Crociere, Royal Caribbean e il servizio norvegese Hurtigruten».

Cosa le attira principalmente?

«La nostra anima multiplatforma e multicanale. Oggi l'ascolto medio è calato, ma al contempo è cresciuto il consumo tv: questo vuol dire che lo spettatore fa più zapping, fermandosi poco su uno stesso canale. Da qui, l'importanza di essere presenti su più reti e online».

Eppure il vostro circuito tv è locale.

Come può essere, questo, un punto di forza?

«Le emittenti areali non saranno "scisciose", ma sono le uniche che parlano ancora al territorio. In particolare, Odeon Tv ci permette di avere la contemporaneità oraria, mentre la presenza su oltre 100 tv locali garantisce la penetrazione».