EXA Media ha appena siglato un importante accordo grazie al quale la società, tramite il brand EXA Cinema, ha acquisito la licenza per la distribuzione esclusiva in home video di tutta la saga di Dragon Ball: la prima serie (153 episodi), Dragon Ball Z (291 episodi) e Dragon Ball GT (64 episodi), che verranno presentati in una versione rimasterizzata e con una nuova veste grafica. Quello di Dragon Ball è indiscutibilmente uno dei brand più amati dal pubblico dei giovanissimi di ben 14 paesi del mondo. La serie TV che ha come protagonista Goku, l'eroe Super Saiyan dotato di una forza eccezionale, amante delle arti marziali e alla ricerca delle sette misteriose

Sfere del Drago, ha innescato attorno a sé una reazione a catena per cui, tutto ciò porta il marchio Dragon Ball si traduce in un successo: back to school, action figures, videogame e gadgets di ogni genere vanno letteralmente a ruba. EXA Cinema crede molto nella forza di questo brand avendone già sperimentato le potenzialità nel 2006, anno in cui ha distribuito i primi volumi della serie Dragon Ball Z con un successo in termini di vendite mai visto con nessun altro titolo: 300.000 pezzi. Dalla fine di giugno inizierà la distribuzione della serie Dragon Ball con i primi 10 DVD sia in versione a disco singolo che in 2 cofanetti da 5 dischi. A seguire, nei mesi successivi, usciranno i cofanetti di Dragon Ball Z e di Dragon Ball GT e, infine, i singoli di queste due ultime serie. **Per questo titolo**, sicuramente tra i più importanti dell'anno in corso, EXA Cinema prevede un lancio in grande stile con materiale P.O.P. dedicato, una campagna pubblicitaria sulla stampa specializzata e generalista e attività di comunicazione on-line nei centinaia di siti dedicata all'animazione. "Questo iniziato con Dragon Ball è un progetto editoriale molto lungo" – dichiara Andrea Stecconi (A.D. EXA Media) che prosegue – "abbiamo infatti siglato il contratto per la durata di tre anni e questo è significativo di quanto l'azienda creda in questo brand. I dati di auditel legati alla messa in onda televisiva così come il giro d'affari legato al merchandising ci fanno ritenere che il marchio Dragon Ball abbia ancora molto da dare in termini di vendite e fatturato". "Siamo molto orgogliosi di essere riusciti ad aggiudicarci un titolo così importante e ambito" – dichiara Giacomo Checcucci (Responsabile Divisione EXA Cinema) – che prosegue – "visto il successo già sperimentato con Dragon Ball Z, ci aspettiamo dei grandi risultati in termini di sell out, tanto più che ci stiamo avvicinando al periodo del back to school in cui senz'altro il brand Dragon Ball farà la parte del leone".

Alcuni dati: La franchise Dragon Ball
è un fenomeno televisivo e di licensing che dal 1999 continua a mietere successi sia in termini di share che di fatturato, con una tendenza di crescita esponenziale. L'attuale dato di fatturato agglomerato è di oltre 150 milioni di euro e il fenomeno non si è ancora esaurito. La prima

messa in onda della franchise, dal 1999 al giugno 2001, ha goduto di uno share tra l'11 e il 16%. Percentuale di pubblico identica nell'immediata riproposizione della serie mentre la messa in onda del 2007 ha oscillato tra i 2,2/2,3 milioni di spettatori in media. Gli ascolti medi registrati da Dragon Ball tra i bambini tra i 4 e i 12 anni sono tra i più elevati registrati nel suo genere.