



In collaborazione con



Milano, 8 maggio 2013

Comunicato stampa

CON IL GRUPPO GIGLIO- LA TELEVISIONE ITALIANA SBARCA IN CINA

I primi ed unici canali televisivi italiani sviluppati dall'azienda e da uno dei maggiori broadcaster di stato, offriranno ai cinesi il meglio del made in Italy e della multimedialità di nuova generazione

La televisione italiana sbarca in Cina grazie a un accordo strategico ed esclusivo siglato dal Gruppo **Giglio**, editore italiano di canali digitali presente in 35 Paesi, e la **CIBN-China International Broadcasting Network (Gruppo CRI)**, uno dei maggiori broadcaster radio-televisivi cinesi di proprietà del Governo. Il progetto è stato presentato oggi a Milano nel corso di un incontro promosso in collaborazione con **Fondazione Italia-Cina**.

3 canali monotematici dedicati all'Italia accessibili da ogni device per oltre 150 milioni di cinesi

L'accordo prevede la realizzazione di **3 canali tematici "made in Italy"** che per la prima volta offriranno una vetrina di eccezione per **promuovere il prodotto italiano** nei confronti di centinaia di milioni di consumatori cinesi, e con essi **la passione per l'Italia**, il suo gusto, i suoi sapori, le tradizioni, la storia, la sua bellezza. L'iniziativa segna inoltre **l'ingresso dell'industria italiana dell'audiovisivo fino ad oggi non è presente** in quel mercato. I canali saranno **visibili su tutto il territorio cinese** e saranno accessibili da **tutte le tecnologie digitali: satellite, cavo, iptv, web, mobile e tablet** attraverso una **piattaforma integrata** che già oggi raggiunge **oltre 150 milioni di utenti**.

Giglio, ad oggi l'unico editore televisivo italiano autorizzato a trasmettere sul territorio cinese

Il Gruppo Giglio, proprietario dei canali monotematici **Music Box, Yacht & Sail, Play me, Acqua** e il network globale **Nautical Channel**, con questo accordo è l'unico editore italiano autorizzato in via esclusiva a trasmettere sul territorio cinese. Curerà la composizione e la gestione dei contenuti, i palinsesti ed il supporto editoriale e tecnico. Affiancherà inoltre la Concessionaria pubblicitaria di Stato per la promozione in Cina degli spazi commerciali all'interno dei canali.

CIBN, l'operatore leader nato per sviluppare la televisione del futuro e aprire la Cina al mondo

Fondata nel 2011 e **di proprietà del colosso China Radio International**, CIBN è uno dei tre maggiori operatori televisivi cinesi ed è leader nel settore Satellite/OTT/IPTV (*Over the Top e Internet Protocol TV*). Nata con l'obiettivo di aprire la Cina al mondo e il mondo alla CINA favorendo la transizione verso il **Multimedia 2.0**, CIBN offre **canali interattivi multilingue sia free che in pay per view e on demand**. La piattaforma che ospiterà i canali di Giglio Group ha caratteristiche di **fruibilità dei contenuti e funzionalità di interazione con l'utente** all'avanguardia.

Tra i contenuti, moda, food, arte, viaggi, sport fino alla musica della Scala e le fiction CentoVetrine e Passioni

Molto ricca l'offerta dei contenuti dei canali, accessibili anche in chiaro. Dal backstage delle sfilate di **moda**, al **food** e ai segreti dei **grandi chef italiani**; dalle produzioni musicali del **Teatro alla Scala di Milano**, al meglio del **design contemporaneo**; dal mondo dei **viaggi** e del **lusso**, allo **sport** fino alle fiction televisive di successo come **CentroVetrine** e **Passioni**.

Accanto a Giglio, alcuni tra i principali produttori italiani di audiovisivo

Allo sviluppo del progetto parteciperanno con apporti diversi anche un pool di **6 partner** di cui fanno parte **alcuni tra i principali produttori italiani di audiovisivo**, oltre ad operatori licenziatari di alcuni contenuti. **Classica Italia** (concerti di musica classica, spettacoli musicali e balletti); **Delta TV programs** (Cento Vetrine e Passioni); **Federazione Motociclistica Italiana-Civ** (Campionato Italiano di Velocità); **Futura Produzioni televisive** (That's fashion, Lives in fashion, M.O.D.A e altri)

LT Multimedia (vari programmi di viaggio, arte, lifestyle, cucina e viaggi-avventura) e **Wige** (Campionato Superstars International series).

I canali saranno operativi da luglio e destinati anche al mercato indonesiano

La **messa in onda** della piattaforma è prevista a partire da **luglio 2013**. I canali saranno continuamente implementati con nuovi contenuti così che altri operatori dell'audiovisivo italiano si potranno affiancare al primo nucleo di imprese coinvolte. La partnership interesserà **anche il mercato dell'Indonesia** a breve raggiunto dalla piattaforma CIBN.

Per l'AD di Giglio Group, una tappa importante per l'Italia e per un'azienda con una forte visione internazionale

*“Abbiamo voluto questo progetto innanzitutto per offrire un'opportunità unica alla promozione del nostro Paese, sicuramente attraente per i cinesi ma ancora in molta parte sconosciuto al grande pubblico. Mi piace immaginarmi come un novello Matteo Ricci, che è stato il più grande mediatore culturale tra i 2 Paesi e primo occidentale ad entrare nella città proibita – ha dichiarato **Alessandro Giglio, amministratore delegato e maggiore azionista del Gruppo Giglio** – Per noi questo risultato corona una strategia di innovazione tecnologica e di presidio internazionale che perseguiamo da anni e che ci ha permesso di farci trovare preparati per un'operazione di questa portata.”*

Per Meltzer di CIBN, una partnership che punta alla leadership in Cina e allo sviluppo del mercato asiatico

*“Giglio è il partner migliore per CIBN e con cui condividiamo lo stesso obiettivo di sviluppare il mercato cinese e asiatico - ha commentato **Rain Meltzer, Head of Business development Department** di CIBN – Come operatore leader in Europa in grado di offrire una programmazione televisiva di respiro internazionale e un'ampia scelta di fiction, concerti, eventi sportivi e grandi avvenimenti legati alla moda, al lusso, all'arte e al design, Giglio potrà arricchire di freschezza e novità la “viewing experience” dei telespettatori cinesi desiderosi di conoscere di più il mondo. Nei prossimi anni CIBN diventerà il principale fornitore di contenuti in Cina. Giglio Group sarà parte di questo successo”.*

Per il vice-presidente di Fondazione Italia-Cina, fondamentale comunicare con un mercato in continua espansione

*“Con un mercato interno in continua espansione, sia a livello consumer sia a livello corporate, è fondamentale oggi per le imprese italiane riuscire a comunicare efficacemente al proprio target cinese. – ha affermato **Mario Zanone Poma, vice-presidente di Fondazione Italia-CINA - Il CeSIF** (Centro Studi per l'Impresa della Fondazione Italia Cina) rileva come negli ultimi due anni il giro d'affari del solo settore della pubblicità in Cina è raddoppiato, passando da 234,05 a 469,8 miliardi di yuan (da 28,92 a 57,96 miliardi di euro). La Fondazione Italia Cina non può dunque che appoggiare simili iniziative”.*

Il Gruppo Giglio, associato a Fondazione Italia-Cina, è un editore globale di contenuti dedicati a sport, musica, luxury e lifestyle attraverso i canali italiani tematici Music Box, Yacht & Sail, Play me, Acqua (SKY 703 e 430, DTT 68 e 65) ed il network globale Nautical Channel, canale leader del settore della nautica trasmesso in 35 Paesi e 4 continenti, dagli USA all'Europa, dall'Africa alla Russia al medio Oriente. Primo operatore in Italia ad aver lanciato un canale digitale interattivo on demand, Music Box, fin dalla sua costituzione, nel 2003, il Gruppo è impegnato in una costante attività di innovazione delle infrastrutture tecnologiche e di presidio dei contesti internazionali, con una forte attenzione alla convergenza digitale che oggi garantisce l'accessibilità dei contenuti da Satellite, DTT, Cavo, IPTV, Mobile, Smart e connected TV.

Per informazioni stampa

Ufficio stampa e comunicazione GIGLIO Group Spa

Caterina Banella, 338 8768154 – caterina.banella@fastwebnet.it