

Iniziativa del gruppo Giglio per offrire il meglio del made in Italy agli utenti del Paese asiatico. Anche Class Life nel bouquet

Ai nastri di partenza la prima tv italiana in Cina

DI MANUEL COSTA

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 Cbn-China International Broadcasting Network (Gruppo Cri), uno dei maggiori broadcaster radiotelevisivi cinesi di proprietà del governo. Il progetto è stato presentato ieri a Milano nel corso di un incontro promosso in collaborazione con Fondazione Italia-Cina. L'accordo prevede la realizzazione di tre canali tematici «made in Italy» che per la prima volta offriranno una vetrina d'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. Nel bouquet si è aggiunto Class Life, canale di Class Editori (gruppo che edita anche questo giornale). L'iniziativa segna inoltre l'ingresso dell'industria italiana dell'audiovisivo in quel mercato. I canali saranno visibili su tutto il territorio cinese e saranno accessibili da tutte le tecnologie digitali: satellite, cavo, ip-tv, web, mobile e tablet

attraverso una piattaforma integrata che già oggi raggiunge oltre 150 milioni di utenti. 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 e il supporto editoriale e tecnico. Affiancherà inoltre la concessionaria pubblicitaria di Stato per la promozione in Cina degli spazi commerciali all'interno dei canali. Fondata nel 2011 e di proprietà del colosso China Radio International, Cbn 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, Cbn 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 *Cento Vetrine e Passioni*. Molto ricca l'offerta dei contenuti dei canali, accessibili anche in chiaro. Dal backstage delle sfilate di moda, dal 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. Allo sviluppo del progetto parteciperanno con apporti diversi anche sei partner, tra cui 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). (riproduzione riservata)

