

SPECIALE DTT TIVÙ

CIELO



Posizione attuale Lcn: 26
 Target: giovani adulti / adulti F/M
 AA MA
 Multiplex: Gruppo L'Espresso
 Concessionaria: Cielo Pubblicità,
 divisione di Sky Pubblicità

Dopo oltre un anno si è consolidato il palinsesto generalista del canale Dtt di NewsCorp. Tv Europe e Sky Italia. Proseguono le prime visioni, con la seconda stagione di *Drop Dead Diva* così come le proposte del meglio della programmazione satellitare di Sky, dalla seconda stagione di *Son's of Anarchy* al nuovo programma di satira politica tutto italiano de *Gli sgommati*. Inoltre, il canale offre l'informazione di Cielo Tg24, realizzato in collaborazione con Sky Tg24, cui si è affiancato Cielo Sport24. Sempre a proposito di sport, va in onda ogni domenica (da marzo), l'approfondimento sportivo di *È sempre gol*.

STAGIONI IN PRIMA VISIONE RISPONDE RICCARDO CHIATTELLI, RESPONSABILE DELLA PROGRAMMAZIONE

Come sono cambiati target e offerta dall'approdo su Dtt?

«Cielo è nato con l'obiettivo di proporre al pubblico della tv in chiaro un prodotto originale, per la maggior parte in prima visione free. L'offerta si sta orientando secondo una linea editoriale sempre più generalista: ne sono un esempio l'introduzione dell'informazione sportiva in collaborazione con SkySport 24, come gli investimenti in produzione originale con le nuove stagioni del game show pre-serale *Sei più bravo di un ragazzino di 5a?* con Riccardo Rossi (i nuovi episodi sono previsti in primavera) e di *Masterchef Italia*, il talent show sulla passione per la cucina».

Quali sono stati i programmi di punta della stagione precedente?

«Oltre a *Sei più bravo di un ragazzino di 5?*, Cielo ha lanciato in prima visione esclusiva per l'Italia le serie *Drop Dead Diva 1-2* e *Hawthorne 1-2*, oltre a numerose anteprime cinematografiche di blockbuster come *Spider Man 3*, *Hancock*, *Across the Universe*, *Un amore di testimone* e nella prossima primavera *Angeli e demoni* e *Sette anime*. Tra i generi che ci contraddistinguono, ci sono il food entertainment, i docu-reality e le docustorie italiane. Non mancano prodotti familiari e amati come *The X-Files* o l'appuntamento vintage con *Strega per amore*, *Cuore e batticuore* e vari altri titoli retro».

Cosa è previsto per i prossimi mesi?

«Sul fronte produzioni italiane, svilupperemo i nostri linguaggi dell'intrattenimen-

to con nostre produzioni originali, partendo già dalla prossima stagione tv con *Masterchef* e altre sorprese. Intanto, abbiamo avviato collaborazioni sempre più strette con i nostri cugini del mondo pay – in particolare con SkyUno – sul fronte della produzione originale per operazioni innovative come *Gli sgommati* o *Buongiorno Afghanistan*, ma anche con editori terzi come i canali Fox, National Geographic, Gambero Rosso. Con questi, e altri, stiamo valutando progetti per il futuro. In base alle esigenze degli spettatori apporteremo, dove necessario, piccoli e continui cambiamenti per soddisfarli, guadagnando competitività e ascolti rispetto ai nostri competitor».

