



## **Telesia: al via il nuovo palinsesto del leader della GO TV italiana quotato all'Aim**

Il Look & Feel rinnovato, i nuovi format, oltre ai programmi di informazione personalizzati in base alle esigenze del pubblico e ai servizi informativi all'avanguardia sono le colonne portanti della nuova programmazione

*Il network multimediale di Telesia è diffuso su tutto il territorio nazionale, e trasmette mediante 5.000 schermi diffusi in 700 location*

Milano, 10 Marzo 2017 - E' on air la nuova **GO TV** di **Telesia**, che si presenta al pubblico con un Look & Feel rinnovato, contenuti arricchiti da nuovi format, informazioni di servizio che soddisfano sia le esigenze delle persone che utilizzano i mezzi per muoversi sia quelle delle aziende del trasporto pubblico locale che hanno a disposizione la rete di Telesia per comunicazioni di servizio o di promozione ai propri utenti. Il network multimediale di Telesia, che conta 5.000 monitor installati in 700 location, è diffuso su tutto il territorio italiano: negli aeroporti (**Telesia Airport**), nelle stazioni metropolitane (**Telesia Metro**), a bordo dei bus e dei treni dei metrò (**Telesia Bus** e **Telesia Train**) delle principali città italiane, nelle aree di servizio Autogrill della rete autostradale (**Telesia Highway**), grazie a un accordo di collaborazione con Autostrade per l'Italia.

Il Look & Feel della GO TV di Telesia è stato realizzato innovando la grafica, quindi i colori e i font, oltre che le sigle e le tracce audio, in modo da essere in linea con il Look & Feel utilizzato dalle principali catene televisive di informazione a livello internazionale, CNBC in primis. Anche per quanto riguarda la qualità di trasmissione delle immagini, che è in alta definizione, HD like.

Fra le novità che caratterizzano il nuovo palinsesto a livello di contenuti, c'è il ticker che scorre nella parte bassa dello schermo riportando con testo ben evidenziato in giallo le notizie di maggior interesse della giornata, aggiornate in tempo reale. Il ticker, così come gli altri contenuti trasmessi, è personalizzato in base alle esigenze dello specifico pubblico anche locale cui è rivolto (nella metropolitana di Brescia, per esempio, i contenuti tengono conto della città). Sono cinque le macrocategorie che compongono il nuovo palinsesto informativo: news generaliste, sport e spettacolo, che sono diffuse in maggior proporzione negli ambienti Bus, Metro e Train; economia e borsa, che occupano una componente maggiore nella programmazione trasmessa all'interno degli aeroporti. Spazio è dedicato anche ai format di intrattenimento, con programmi e rubriche come quelli che riscuotono maggiore successo sui social network: un esempio è *I Love You* o *Frammenti*. Tutti i programmi sono tarati per il tempo di visione dei telespettatori. Sono infatti stati ideati e realizzati tenendo conto delle peculiari caratteristiche di fruizione della GO TV.

I TG News trasmessi nel corso della giornata sono esaustivi pur durando 60 secondi.

“Le ricerche dimostrano che questa durata cattura l'attenzione degli spettatori, che sono così informati in modo completo e tale da fruire degli spot pubblicitari”, dice **Gianalberto Zappolini**, fondatore e amministratore delegato di Telesia. “La qualità dei contenuti e la loro capacità di suscitare l'interesse di chi viaggia e si muove all'interno delle città e non solo, fa di Telesia GO TV il mezzo unico per comunicare con i 7 milioni di persone dinamiche e con capacità di spesa (ricerca GfK Eurisko) che non vede che per poco la televisione a casa. Il pubblico sceglie di vederci perché trae utilità da quanto trasmettiamo”.



“Le novità della GO TV di Telesia accrescono il valore di un media che negli anni ha saputo farsi sempre più apprezzare dal mercato per la capacità di rinforzare la pressione pubblicitaria a livello nazionale e in particolare su aree territoriali prioritarie per i consumi dei brand, integrando e completando le pianificazioni sulla TV tradizionale”, dice **Angelo Sajeve**, consigliere per le strategie e lo sviluppo di Class Editori e presidente di Class Pubblicità. “Questa è una TV moderna che ogni giorno dialoga con un pubblico numeroso con caratteristiche premium: uomini e donne, con una forte concentrazione nella fascia 25-54 anni, con un’istruzione più elevata rispetto alla media nazionale e che per l’85% lavorano o studiano. Sono light Tv viewers per definizione, proprio perché trascorrono gran parte della giornata fuori casa, oltre 9 ore, e ogni giorno e più volte al giorno frequentano i luoghi presidiati dai canali Telesia. Una GO TV che per le sue caratteristiche uniche diventa quindi un media strategico per intercettare un pubblico prezioso e sfuggente, in particolare nel daytime”.

---

Telesia S.p.A. opera nel settore dei digital media e della tecnologia. La società, leader nel segmento della GO TV, realizza e gestisce network multimediali che sono diffusi su tutto il territorio italiano: trasmette negli aeroporti (Telesia Airport), nelle stazioni metropolitane (Telesia Metro), a bordo dei bus e dei treni dei metrò (Telesia Bus e Telesia Train) delle principali città italiane. Grazie a un accordo di collaborazione con Autostrade per l’Italia, trasmette anche nelle aree di servizio della rete autostradale (Telesia Highway). L’attuale network conta 5.000 monitor installati in 700 location.

Telesia è quotata all’AIM di Borsa Italiana. I codici alfanumerici sono per le azioni ordinarie (TLS) ISIN IT0005240046, e per i “WARRANT Telesia 2017-2019” (WTLS19,) codice ISIN IT0005240053.

Per ulteriori informazioni:

**Telesia S.p.A.**

Via Cristoforo Colombo, 456/b 00145 Roma

Tel. +39 06594651

Gian Marco Giura

[gmggiura@class.it](mailto:gmggiura@class.it)

Elisabetta Mirabella

[mirabella@telesia.it](mailto:mirabella@telesia.it)