

Disney Channel

Il sogno diventa realtà



032



Disney: un nome, un sogno, un universo artistico di ottima qualità. Personaggi da sempre emblemi di valori morali universali. Il successo del brand inizialmente legato ai film ed ai parchi tematici, è sostenuto oggi da televisione, home cinema, libri, riviste, stores.

Una data importante per l'Italia è il 3 ottobre 1998: alle ore 20.00 la première de "Il Re Leone" sancisce la nascita di Disney Channel su quella che allora era la piattaforma digitale di Tele+.

La proposta commerciale: tutto il meglio dei prodotti Disney e delle produzioni originali locali, 24 ore su 24 e senza interruzioni pubblicitarie.

Programmi per interagire con il pubblico dei ragazzi, per dialogare con loro, stimolarli ad esprimere emozioni e talenti: questa la mission del brand, "Libera la tua immaginazione" il suo claim d'impatto. È così che nascono programmi come "Disney Channel in linea", un appuntamento fisso tra il pubblico e quattro giovani presentatori che si ritrovano in studio per parlare, giocare, esprimersi.

Dal 2000 il coinvolgimento diretto dei ragazzi viene periodicamente arricchito da eventi e manifestazioni sul territorio: è il caso di "Aristoband", "Futuro@Disney Channel", "Imagination Awards" e "Segna&Sogna", un'iniziativa in co-partnership con il settore giovanile del Milan, ripetuta poi anche negli anni successivi, al fine di offrire a 20 fortunatissimi finalisti l'emozione di essere

protagonisti per un giorno allo stadio meneghino per un'attesissima partita di campionato.

Nel 2003 una delle scelte più innovative del mondo Disney: un nuovo logo che passerà attraverso il profilo stilizzato delle orecchie più famose del globo, quelle di Topolino!

Nuovo e unico, sarà adottato dai Disney Channel di tutto il mondo e declinato nella versione on air, su stampa, on line e nel merchandising per rappresentare la nuova identità globale del canale e ridefinire l'immagine grafica della Disney. Un'azione innovativa destinata a coinvolgere e unificare tutti i mercati, ma attuata nel pieno rispetto della tradizione.

Da maggio 2005 l'offerta di Walt Disney Television Italia ai propri abbonati si fa ancor più completa e diversificata, proponendo il nuovo Disney Channel +1, con la stessa programmazione di Disney Channel slittata di un'ora; Toon Disney, interamente dedicato all'animazione, in cui protagonisti assoluti sono i personaggi più amati e popolari dei cartoni classici tradizionali, come Topolino, Pippo, Paperino, ma anche gli eroi più recenti come Timon & Pumbaa, la famiglia Proud o la scatenata "Kim Possible"; infine Playhouse Disney, il canale ideato per il

pubblico dei piccoli dai 2 ai 5 anni, che unisce il divertimento alla possibilità di imparare con un approccio adatto alle curiosità e alle esigenze dei bambini in età prescolare. Ecco quindi programmi come "La casa di Topolino", "Bear nella grande casa blu" e "Winnie the Pooh".

Fenomeno entusiasmante e praticamente senza confini dell'ultimo anno è il film evento "High School Musical". Preceduto da una serie di risultati strabilianti ottenuti in USA, Australia e Gran Bretagna e da un'attesa febbrile da parte dei giovani abbonati a Disney Channel Italia.

Una colonna sonora entrata ufficialmente nel Guinness dei Primati come colonna sonora di maggior successo di tutti i tempi. Ha scalato le classifiche conquistando il disco di platino in meno di tre mesi dall'arrivo su canale Disney italiano: i ragazzi del bel Paese hanno iniziato a ballare e cantare le canzoni dell'album ancor prima dell'arrivo del film su Disney Channel.

Un successo enorme che dimostra come High School Musical parli davvero la lingua dei ragazzi di oggi.

Dalla primavera del 2007 l'inizio delle riprese di "High School Musical 2" già attesissimo in tutto il mondo.

