



**BABY SHARK
ORA HA UN CANALE YOUTUBE IN ITALIANO.**

**NICKELODEON È PRONTA A POTENZIARE IL SUCCESSO MONDIALE DELLA
PROPERTY ANCHE IN ITALIA.**

**IN ATTESA DEL DEBUTTO DELLA SERIE “BABY SHARK’S BIG SHOW”,
IN ONDA DALLA TARDA PRIMAVERA SOLO SU NICKJR, SKY 603,
IN ARRIVO TANTI PRODOTTI A BRAND BABY SHARK
SUL MERCATO ITALIANO.**

Febbraio 2021 - Nickelodeon, il brand internazionale per ragazzi e famiglie di ViacomCBS Networks Italia, e Pinkfong, annunciano l’apertura ufficiale del [canale youtube](#) in lingua italiana dedicato alla property di successo mondiale: Baby Shark.

Dal suo lancio su YouTube, nel novembre del 2015, Baby Shark ha letteralmente conquistato il mondo raggiungendo incredibili risultati: **7.8 miliardi di visualizzazioni** ad oggi, come se ogni abitante del mondo lo avesse visto almeno una volta o come se fosse stato trasmesso in streaming ininterrottamente per trent'anni, **è la cifra record raggiunta dal video più visto di tutti i tempi.**

Tutti conoscono la canzone in inglese ma oggi per i bambini italiani sarà possibile conoscere la canzone in versione autoctona insieme a tanti altri contenuti multimediali mai visti prima. Ogni settimana sul [canale youtube](#) verranno, infatti, caricati nuovi video creati da esperti dell’educazione infantile, tra filastrocche, canzoni di fonetica, canzoni sui numeri, ninna nanne, classici per bambini, fiabe e molto altro.

Il canale, aperto da qualche mese, ha già più di 660.000 visualizzazioni. Sono già tanti i fan italiani che non vedono l’ora di conoscere più da vicino la famosa famiglia di squalotti. L’apertura del canale youtube farà da apri pista all’attesissimo debutto della serie, **“Baby Shark’s Big Show”**, in arrivo **in tarda primavera in esclusiva su NickJr, il brand prescolare al canale 603 di Sky, e a tutta una nuova pipeline di prodotti che presto arriveranno a scaffale.**

Numeri importanti anche per la messa in onda su NickJr (canale Sky 603) lo scorso 22 dicembre dell’episodio speciale di Baby Shark dedicato al Natale, che ha ottenuto una share **di più del 3% sui 4-14 pay** e generato una crescita in share del +52% nello slot di messa in onda rispetto alla stessa fascia delle 4 settimane precedenti.

Anche l'area Consumer Products di ViacomCBS Italia, guidata da Simone Fenu, ha intensificato le attività di licensing e marketing intorno alla property di successo. Per il Natale 2020 è stata pianificata un'importante campagna online, sui maggiori siti di riferimento e sulle piattaforme social generando oltre 1 milione di contatti, e ora si appresta a lanciare un'ampia serie di prodotti per diverse categorie merceologiche. ViacomCBS Consumer Products sta preparando il lancio sul mercato dei prodotti a brand Baby Shark, con una strategia di sviluppo cross-category che coprirà tutto il 2021: sono, infatti, già in fase di chiusura diverse licenze con i maggiori Player nelle categorie Toys, Publishing, Personal Care e Softlines.

“C'è molto entusiasmo intorno alla property Baby Shark. Stiamo preparando una strategia di comunicazione integrata e a lungo termine perché quest'anno abbiamo in previsione numerose attività a sostegno, in sinergia con gli altri dipartimenti di ViacomCBS Italia” ha commentato Simone Fenu, Senior Director Licensing ViacomCBS per Italia, Grecia e Malta. *“Il nostro è un lavoro di squadra per dare la massima visibilità alla property e a tutti i partner che sono saliti a bordo. Baby Shark è un progetto a lungo termine che ci consentirà di consolidare e rafforzare la nostra presenza sul mercato kids, dove siamo già leader con le altre property di Nickelodeon. Ad oggi, in Italia, siamo già pronti ad avviare oltre 15 collaborazioni con il brand Baby Shark, che andranno a coprire tutte le categorie merceologiche con prodotti che arriveranno sul mercato dal prossimo anno”.*

About Pinkfong

Pinkfong, brand d'intrattenimento di livello mondiale, è specializzata nella creazione di contenuti per bambini, ragazzi e famiglie di tutto il mondo. Con un archivio di oltre 5.000 titoli, Pinkfong mette a disposizione di tutti, canzoni, racconti e storie, sfruttando i servizi di distribuzione digitale più conosciuti al mondo: App Store, Google Play, Youtube e Amazon Video. Diversi i riconoscimenti ottenuti nel corso del tempo. Tra gli altri ricordiamo l'Amazon Video Direct Star, YouTube's Diamond Play Button e il Google Play's Best Family App; quest'ultimo conseguito negli anni 2014, 2015, 2016 e 2017. Per ulteriori informazioni vi consigliamo di visitare il sito web di Pinkfong, di iscriversi al relativo canale YouTube, oppure, di seguire i profili Facebook e Instagram.

Nickelodeon

Nickelodeon è il brand di intrattenimento numero uno per i bambini che ha costruito un business diversificato e globale mettendo i bambini al primo posto in tutto i progetti intrapresi. Con una vasta gamma di offerte che spaziano dai programmi televisivi, alla produzione televisiva negli Stati Uniti e nel mondo, prodotti di consumer product, prodotti digital, esperienze localizzate, editoria e lungometraggi, Nickelodeon è disponibile in oltre 500 milioni di famiglie in più di 170 paesi e territori, grazie ad oltre 100 canali programmati localmente e “branded block”. In Italia, Nickelodeon fa parte di ViacomCBS Networks Italia, che possiede i canali presenti in esclusiva su Sky con Nickelodeon (Sky 605) e Nick Jr (Sky 603), i siti www.nicktv.it e www.nickjr.it e tutti gli asset digital e social. È Sky Media – concessionaria del Gruppo Sky Italia – a curare la raccolta pubblicitaria di Nickelodeon in Italia.

Contatti per la Stampa:

Ufficio Stampa ViacomCBS Italia

Chiara Giacoletto Papas - Chiara.GiacolettoPapas@vimn.com

Stefania Lecchi - Lecchi.Stefania@vimn.com

Opinion Leader – Ufficio Stampa Nickelodeon e Super!

Francesca Andreoni - francescaandreoni@opinionleader.it - Tel: 02.29517780