COMUNICATO STAMPA

Titolo: Il gruppo Mondo Tv esprime soddisfazione per il grande successo di ascolti della serie animata Grisù su Rai Yoyo, accompagnato da un piano licensing in continua espansione.

Un trionfo confermato anche sui profili social della serie e dai numerosi eventi meet&greet nei centri commerciali di tutta Italia.

06 marzo 2024 – L'attesissima nuova serie animata Grisù lanciata su **Rai YoYo** lo scorso 4 dicembre in sole 5 settimane di programmazione si è attestata tra gli show più seguiti del canale n.1 in Italia per bambini.

Il lancio in TV e su piattaforma RaiPlay è stato seguito da una première spettacolare presso lo storico Cinema Massimo di Torino.

Anche i profili social gestiti dall'agenzia CANENERO crescono a ritmi incalzanti, complice un pubblico che taglia trasversalmente più generazioni. Il ritorno di Grisù è stato subito accolto con grande entusiasmo sulla pagina Facebook, ma è il profilo di Instagram ha segnare la maggiore conferma della forza del prodotto ottenendo una crescita del 328% nel mese di febbraio; bene anche Youtube dove il numero di spettatori unici e il tempo di visualizzazione sono in continuo rialzo.

Nel frattempo, il programma licensing prende corpo dando vita a estensioni originali del brand che, seguono un approccio transmediale; ne sono un esempio l'app game *Let's Go Grisù,* sviluppata da Commodore Industries e disponibile da febbraio per dispositivi Android e iOS; gli eventi meet & greet nei centri commerciali realizzati da Thekom durante i quali si offre la possibilità ai bambini di conoscere il proprio beniamino e vivere una giornata da pompiere cimentandosi nel percorso educativo di Pompieropoli grazie alla collaborazione con i distaccamenti locali dell'Associazione Nazionale VVF; infine, il musical prodotto da Fondazione Aida che debutterà a ottobre presso l'auditorium Santa Chiara di Trento, per poi proseguire con la tournée nei più importanti teatri italiani come il Manzoni di Milano e il Parioli di Roma, già confermati.

La seconda parte dell'anno rappresenta il momento più caldo per la franchise che vedrà i primi prodotti a scaffale a cominciare dalla linea giocattolo di Giochi Preziosi, i puzzle e memory di Ravensburger, i libri di Giunti, i prodotti edicola di Pon Pon Edizioni e di Euro Publishing, il videogame per pc e console sviluppato anch'esso da Commodore Industries e, infine, la calza della befana di Emmeci.

Anche oltralpe si prevede un importante piano di sviluppo del programma licensing che accompagnerà la distribuzione della serie in Cina e in numerosi mercati europei già assicurati. Attesissimo il lancio di ZDF su KIKA, il canale tematico per bambini tedesco, il prossimo 29 marzo.

***Mondo TV**, quotata al segmento Star di Borsa Italiana, ha sede a Roma ed è un Gruppo costituito da quattro società; il Gruppo è leader in Italia e tra i principali operatori Europei nella produzione e distribuzione di serie televisive e film d'animazione per la TV e il cinema, ed è attivo nei settori correlati (distribuzione audiovisiva e musicale, sfruttamento, media, editoria e merchandising). Per ulteriori informazioni su Mondo TV, vai su www.mondotv.it*

Cod. ISIN: IT0001447785 - Sigla: MTV - Negoziata su MTA - Reuters: MTV.MI - Bloomberg: MTV.IM

Contact: Mondo TV
Matteo Corradi
Investor Relator
investorrelations@mondotvgroup.com

PRESS RELEASE

Title: The Mondo TV group expresses satisfaction with the great audience success of the Grisù animated series on Rai Yoyo, accompanied by a constantly expanding licensing plan.

A triumph also confirmed on the social profiles of the series and by the numerous meet&greet events in shopping centers throughout Italy.

March, 06 2024 - The highly anticipated new animated series Grisù launched on Rai YoYo last December 4th and in just 5 weeks of programming it has become one of the most followed shows on the no.1 channel in Italy for children.

The launch on TV and on the RaiPlay platform was followed by a spectacular premiere at the historic Cinema Massimo in Turin.

The social profiles managed by the CANENERO agency are also growing at a rapid pace, thanks to an audience that cuts across multiple generations. The return of Grisù was immediately welcomed with great enthusiasm on the Facebook page, but it was the Instagram profile that marked the greatest confirmation of the strength of the product, achieving growth of 328% in the month of February; YouTube is also doing well, where the number of unique viewers and viewing time are continually increasing.

In the meantime, the licensing program takes shape, giving life to original extensions of the brand which follow a transmedia approach; an example of this is the Let's Go Grisù app game, developed by Commodore Industries and available since February for Android and iOS devices; the meet & greet events in the shopping centers created by Thekom during which children are offered the opportunity to meet their favorite and experience a day as a firefighter by trying their hand at the Pompieropoli educational path thanks to the collaboration with the local detachments of the National Fire Brigade Association; finally, the musical produced by the Aida Foundation which will debut in October at the Santa Chiara auditorium in Trento, and then continue with the tour in the most important Italian theaters such as the Manzoni in Milan and the Parioli in Rome, already confirmed.

The second part of the year represents the hottest moment for the franchise which will see the first products on shelves starting with the Giochi Preziosi toy line, Ravensburger's puzzles and memories, Giunti's books, Pon Pon Edizioni's newsstand products and by Euro Publishing, the video game for PC and console also developed by Commodore Industries and, finally, Emmeci's Christmas stocking.

Even beyond the Alps, an important development plan for the licensing program is expected which will accompany the distribution of the series in China and in numerous European markets already secured. The launch of ZDF on KIKA, the German children's themed channel, on March 29th is highly anticipated

Mondo TV, *listed in the Star segment of Borsa Italiana, has its registered office in Rome and is a Group made up of four companies; the Group is a leader in Italy and among the primary European operators in the production and distribution of television series and cartoon films for TV and the cinema, and is active in the related sectors (audiovisual and musical distribution, licensing, media, publishing and merchandising).For further information on Mondo TV, visit www.mondotv.it.*

ISIN code: IT0001447785 - Acronym: MTV – Negotiated on MTA - Reuters: MTV.MI - Bloomberg: MTV.IM

Contact: Mondo TV
Matteo Corradi
Investor Relator
investorrelations@mondotvgroup.com