



NUOVO LOOK PER IL CANALE DEL GRUPPO DISCOVERY ITALIA IN CUI “LE EMOZIONI SONO DI SERIE”

Milano, 10 aprile 2014 – **GIALLO**, il canale del gruppo **Discovery Italia**, primo brand televisivo in chiaro dedicato al genere più popolare e diffuso al mondo, il *giallo* appunto, e visibile al **canale 38 del digitale terrestre free** e al **canale 144 di Sky**, rinnova la propria on air identity a partire dal **13 aprile**.

“La nuova veste grafica prevede un nuovo logo e diversi elementi grafici che rappresentano i vari mondi raccontati da GIALLO: non solo crime ma anche medical, legal e storico. Il nuovo look and feel del canale comprende ident e bumper in cui vivono una serie di dettagli di oggetti, segni, ambienti e paesaggi che caratterizzano le diverse serie presenti sul canale” dichiara **Roberto Bagatti, VP Brand & Creative Discovery Italia**.

Con questo rebrand, **GIALLO** si presenta con una visual identity più fresca e contemporanea, in linea con la sua **proposta editoriale**: un canale dedicato ad un target prevalentemente femminile (donne 40+) in cui “le emozioni sono di serie”.

Tra i nuovi contenuti proposti infatti, il canale si arricchisce di **prime tv esclusive - sia anteprime assolute per l’Italia che prime tv per il free-to-air** - di altissimo livello produttivo. **Broadchurch**, l’attesissima serie targata **BBC in prima TV assoluta dal 28 aprile** ogni lunedì alle 21.05, è ambientata in una tranquilla cittadina britannica sconvolta dal ritrovamento del cadavere di un bambino di 11 anni. **Dal 15 aprile**, ogni martedì alle 21.05, torna la nuova stagione di **The Listener**, la serie canadese in prima TV free con protagonista Toby Logan, il paramedico di Toronto dotato di uno straordinario potere telepatico; ancora, **dal 27 aprile** ogni domenica alle 21.05 sarà la volta della seconda stagione di **Touch**, con il gradissimo Kiefer Sutherland nei panni di un giornalista con un figlio affetto da una rara forma di autismo e capace di intuizioni straordinarie.

Discovery Communications – Western Europe Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 1.5 miliardi di abbonati in oltre 200 paesi. Discovery stimola i telespettatori a esplorare il mondo e a soddisfare la loro curiosità con oltre 140 networks in tutto il mondo, tra cui Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Discovery Science e Discovery HD e anche il network statunitense nato dalla joint venture OWN: Ophra Winfrey Network, the Hub e 3net, la prima rete 24/h 3D. Discovery è anche leader nell’offerta di servizi e prodotti educational e un portfolio di servizi digitali che comprende HowStuffWorks.com. In Western Europe, 17 brands Discovery raggiungono 274 milioni di abbonati con programmi dedicati in 13 lingue.

Discovery Italia

In Italia, Discovery è presente dal 1997. Oggi Discovery è il terzo editore televisivo italiano per share complessiva con un portfolio di 12 canali distribuiti su diverse piattaforme: digitale terrestre free (Real Time, DMAX, Giallo, Focus, e i canali per bambini K2 e Frisbee); SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1, DMAX/+1, Giallo, Focus, K2, Frisbee e GXT/+1), Mediaset Premium (Discovery World) e Tivùsat (Real Time, DMax).

Per ulteriori informazioni

Daniela Capra | Communication Coordinator | T: +39 02.36006482 | E: daniela_capra@discovery.com

Ufficio stampa – Doppia Elica

Giulia Balestrieri – g.balestrieri@doppiaelica.com - Tel. 02 40 30 34 61

Alessandra Colao – a.colao@doppiaelica.com - Tel. 02 40 30 34 60