



DISCOVERY E AVON ITALIA: PARTNER DI COMUNICAZIONE

Il Creative Hub di Discovery firma una campagna di comunicazione innovativa che vede anche Carla Gozzi come volto della campagna

Milano, 05 ottobre 2012 – **Avon** si affida a **Discovery Media** per la **nuova campagna di comunicazione** mirata a reclutare nuove Presentatrici Avon. Per la prima volta Avon, brand leader in assoluto in Italia e nel Mondo nel canale della vendita diretta di prodotti cosmetici, realizza in Italia la campagna di recruitment per le proprie Presentatrici senza adattare una creatività internazionale. Il progetto, on air su Real Time, prevede diverse fasi e sarà in onda fino al mese di Novembre. La freschezza della campagna è stata particolarmente apprezzata in Avon anche a livello internazionale e sarà adottata da altri Paesi: Spagna, Portogallo, Grecia e Germania la stanno pianificando per gennaio 2013.

La partnership ha visto come primo step l'analisi congiunta del target di riferimento per Avon. Da questa analisi è emersa come evidente l'affinità valoriale tra la donna rappresentata da Real Time e la Presentatrice Avon in termini di stile, posizionamento e pubblico di riferimento. Il passo successivo è quindi stato la costruzione della campagna firmata dal Creative Hub di Discovery Media che ne ha curato il concept e l'ideazione ad hoc del jingle.

Strutturata in **3 spot on air**, la **campagna vede anche una sostanziale presenza web** sul sito www.realtimetv.it che coprirà l'intera durata della campagna di recruiting. Il primo spot è un **Break Time da 60"** - **ironico e frizzante** - che andrà in onda su Real Time. Il Break Time mette in luce come la passione per la bellezza sia il fil rouge che unisce la telespettatrice Real Time ad Avon. Seguono, due ulteriori spot: uno da 30" (cut della versione di 60") che andrà on air anche su altri network televisivi, e uno da 10" che vedrà protagonista Carla Gozzi, volto amatissimo della rete e testimonial Avon. Il numero verde in calce a tutti e tre gli spot permette alle spettatrici di attivarsi in diretta e Real Time – 5° canale preferito dalle donne – è la rete perfetta per arrivare al cuore delle spettatrici.

Alexander Kohn, Commercial Director Avon Italia ha dichiarato "siamo molto soddisfatti di questo nuovo spot perchè è l'immagine di un'attività piacevole che arriva diretta al cuore del nostro target".

Discovery Networks Western Europe Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 1.7 miliardi di abbonati in 209 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 educativi e un portfolio di servizi digitali che comprende HowStuffWorks.com. In Western Europe, 17 brands Discovery raggiungono 331 milioni di abbonati con programmi dedicati in 13 lingue.

Discovery Italia

In Italia, Discovery è presente dal 1997. Oggi ha un portfolio di 7 canali distribuiti su diverse piattaforme: SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1 e DMAX), Mediaset Premium (Discovery World) e digitale terrestre free (Real Time e DMAX).

Per ulteriori informazioni:

Stefania Lazzaroni | Communications & Talent Director | T: +39 02.36006459 | E: stefania_lazzaroni@discovery.com

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