



IL NUOVO FOCUS e' ON AIR

Il canale cambia look e rinnova la propria offerta di contenuti

Milano, 15 ottobre 2013 – Focus, il canale del gruppo **Discovery Italia** dedicato alla conoscenza e alla curiosità, con il meglio del factual classico Discovery (canale 56 digitale terrestre free), si rinnova: **a partire da oggi svelerà una nuova on air identity e nuovi contenuti in esclusiva.**

Obiettivo del refresh è **rinnovare e rafforzare la brand proposition** offrendo un'immagine coerente e in linea con i nuovi obiettivi di canale lanciati dalla nuova proposta editoriale che punta a consolidare la propria crescita (a settembre Focus ha registrato una media di 57.600 amr e lo 0.6% share, crescendo del +22% anno su anno).

Punto di riferimento per il target maschile 25-54 anni, Focus mira ora ad allargare la propria audience **coinvolgendo l'intera famiglia alla scoperta di storia, scienza e mistero.** La tagline di canale *"Accendi la curiosità"* infatti nasce con un obiettivo di ampia portata: stimolare la curiosità e la conoscenza, e intrattenere un'audience attenta e appassionata.

Dal punto di vista editoriale, il canale si arricchisce di nuovi generi: **l'Ingegneria** – mai andata in onda su Focus – **e il Medical** sono infatti tra le novità a livello di contenuti del canale che manterrà i propri generi chiave – spazio, storia, mistero, wild life - ampliandoli e potenziandoli. **Prime Tv esclusive** (prime tv assolute e prime tv per il free-to-air), **nuovi titoli e serate-evento** legate alla storia e all'attualità (ad es. il recupero del relitto della Costa Concordia), ma anche eventi **in cross con altri canali del portfolio Discovery Italia, caratterizzeranno sempre più la programmazione di Focus.** La prima Serata-Evento in cross sarà con DMAX: il 31 ottobre Dmax trasmetterà *River Monsters 4 alle 21.20*, a seguire Focus, trasmetterà *Sirene: il mistero svelato alle 22:10*, lo speciale dal taglio mystery record d'ascolti in tutto il mondo. Tra le altre novità del canale a partire da ottobre: *The Unexplained Files, Città a raggi x, Le Profezie della Fantascienza e Morgan Freeman Science Show* e molto altro.

La nuova grafica, che accompagna **il recente restyling del magazine** edito da Gruner+Jahr/Mondadori, si adatta al nuovo profilo editoriale del canale. **Gli elementi grafici on air sono tematizzati e dominati da immagini spettacolari, suggestive e di ampio respiro** all'interno delle quali gioca un ruolo da **protagonista la presenza del brand**, che si svela al centro della scena accompagnato da un **audiologo**, un jingle accattivante. Da oggi saranno on air gli idents dedicati **all'ingegneria, alla società/attualità, alla wild life e allo spazio** e vi sarà poi una seconda fase dell'introduzione di nuovi elementi a partire da novembre.

Marinella Soldi, Amministratore Delegato Discovery Italia, ha dichiarato *"Il brand refresh di Focus nasce dall'esigenza di comunicare al nostro pubblico il nuovo corso del canale, oggi arricchito nella propria offerta editoriale a seguito della sua crescente integrazione all'interno dell'offerta Discovery. Grazie alla nuova visual identity e a nuovi contenuti Focus acquisisce un profilo distintivo e complementare agli altri network del portfolio, a dimostrazione di quanto il gruppo stia investendo e creda nelle potenzialità del canale"*.

Fabienne Schwalbe, Amministratore Delegato di Gruner+Jahr/Mondadori, ha dichiarato: *"Intrattenere e stimolare la curiosità con rigore scientifico e tanta passione sono da sempre gli ingredienti della "formula Focus", che, a seguito del restyling, ha confermato ancora una volta la forza del brand e la sua posizione di leader di mercato. La partnership con un player di primo piano come Discovery Italia e il rinnovamento del canale, sono basi solide per sviluppare e far crescere Focus anche nel mercato televisivo."*

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: Oprah 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. In seguito all'acquisizione del 100% di Switchover Media operata a gennaio 2013, oggi Discovery è il terzo editore televisivo italiano per share complessiva con un portfolio di 12 canali distribuiti su diverse piattaforme: SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1 e GXT/+1), Mediaset Premium (Discovery World) e digitale terrestre free (Real Time, DMAX, Giallo, Focus, e i canali per bambini K2 e Frisbee, questi ultimi anche in chiaro su satellite).

Per ulteriori informazioni

Beatrice Mariani | Pr Executive | T: +39 06.84408701 | E: beatrice_mariani@discovery.com

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