



## Deejay tv svela la nuova identità on air e apre la stagione autunnale

*Un'ironica campagna su tutti i principali media e un look & feel completamente rinnovato inaugurano la stagione televisiva del canale "neo-generalista" del gruppo Discovery Italia*

*"In caso di noia premere 9": nel pay off della campagna l'invito a scoprire la destinazione nuova per vedere programmi innovativi e originali*

*La prima serata del nuovo corso si apre domani, 9 settembre, con lo speciale "Aspettando l'isola di Adamo ed Eva" dedicato al dating show condotto da Vladimir Luxuria*

Milano, 8 settembre 2015 –Una veste grafica completamente rinnovata, una grande campagna di lancio on air e sulla stampa, il lancio del sito internet dedicato [deejaytv.it](http://deejaytv.it) e una presenza social ancora più forte: sono solo alcune delle grandi novità con cui Deejay Tv, canale 9, si presenta al pubblico per inaugurare la stagione televisiva. Una campagna moderna, di grande impatto, di forte discontinuità rispetto al passato, che segna il debutto di Discovery Italia nella tv generalista. Protagonista è il numero "NOVE", in tutte le sue forme e declinazioni, per ricordare al pubblico in quale posizione del telecomando trovare una destinazione nuova, originale e con contenuti mai visti prima.

Un vero e proprio spirito di rottura raccontato in una campagna a 360° gradi declinata su tutti i principali mezzi (tv, stampa, radio, cinema, web, mobile, social) che, con ironia, mette in luce la cifra stilistica del canale. E così i protagonisti sono soggetti comuni – giovani, adulti, anziani, bambini...ma anche animali domestici – che con lunghe barbe e stanchi della monotonia quotidiana ricevono un invito: "In caso di noia premere 9".

Deejay tv è il canale "neo-generalista" di Discovery Italia, che si integra perfettamente nel ricco portfolio di 14 canali del gruppo: una canale rivolto al grande pubblico, con importanti prime serate, tante produzioni originali e la copertura di tutti i generi. Un palinsesto costantemente arricchito, che prende vita dalla carica innovativa del broadcaster e dalla sua capacità di rompere gli schemi.

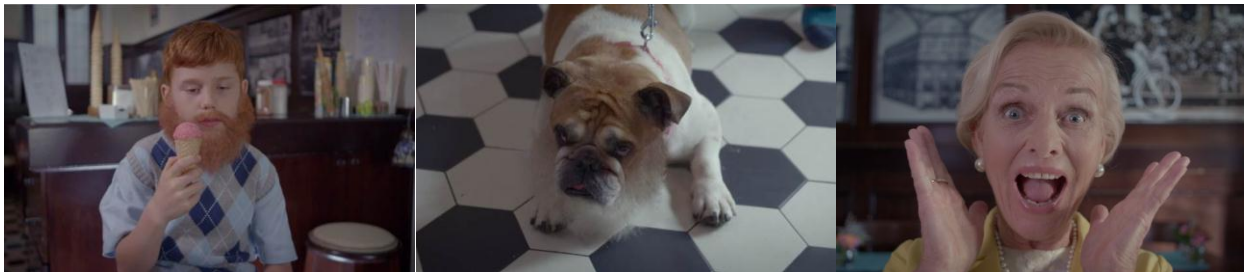
Nel primo giorno del nuovo corso targato Discovery, proprio il 9 settembre, Deejay Tv offre un'anteprima dei tanti programmi che si vedranno nel corso della stagione autunnale, a partire dallo speciale di 10 minuti "Aspettando L'Isola di Adamo ed Eva" in onda domani sera alle 21:05 – in attesa del debutto del dating show il 14 ottobre, ogni mercoledì in prima serata - e a quello di "Hotel da incubo Italia", con Antonello Colonna, in onda domani sera alle 20:20, in attesa della partenza a metà ottobre. E poi appuntamento con i "prossimamente" dei docu-racconti di "BOATS" e delle mini-serie internazionali come "Tut" e "Marilyn-La vita segreta".

## LA CAMPAGNA DI LANCIO

### On air

Per il suo nuovo corso DeeJay tv rompe con la monotonia. **I due promo da 30” (con versioni anche da 15”) realizzati** e prodotti da Rossofilm con il dipartimento Brand&Creative di Discovery Italia, giocano proprio sulla rappresentazione della noia che colpisce persone comuni durante le loro azioni quotidiane. E così vediamo persone adulte, ragazzi, bambini e perfino animali domestici – un cane e un pappagallo – con lunghissime barbe e facce sconsolate. Fino a quando si preme il tasto 9 del telecomando, il televisore si illumina e l’atmosfera cambia completamente: esultanze, sorrisi e scene di giubilo e l’invito: “In caso di noia premere 9”.

La campagna è accompagnata da una **veste grafica completamente rinnovata di tutto il canale**. I nuovi ident, rappresentativi del quotidiano, ricordano con grande impatto la posizione “NOVE” di DeeJay Tv sul telecomando, con una cifra stilistica accattivante per ogni tipo di pubblico. Nuovi anche i promo vetrina che enfatizzano la programmazione e la veste grafica del telegiornale.



*Tre frame della campagna di lancio on air di DeeJay Tv*

### Stampa e altri media

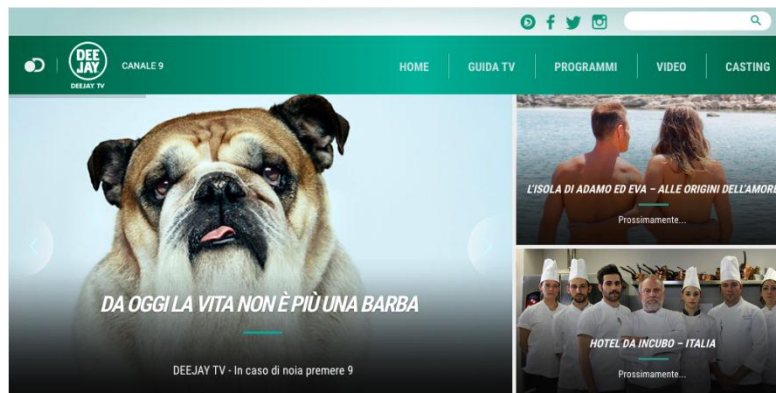
Anche su stampa, radio, cinema, web e social la campagna gioca sul mood della nuova DeeJay tv e su soggetti legati alla barba e al rimedio anti-noia rappresentato dalla nuova tv generalista targata Discovery. Su stampa sono 4 i soggetti, scattati da Boudewijn Smit, prodotti da Doc Artist con il dipartimento Brand&Creative, pianificati sui principali media; il web è presidiato con spazi video e display su Youtube, Repubblica.it , My Movies e TVZap. A livello social forte presenza su Twitter, Facebook e Instagram, con una campagna pensata *ad hoc* per declinare al meglio la creatività “Barba”. Pianificazione anche su radio (Radio DeeJay, Radio Capital, M2O e una syndacation di più di 20 radio locali), cinema (circuito The Space) e mobile, con formati interattivi altamente performanti sul target)



*Due soggetti della campagna stampa di DeeJay Tv*

## DEEJAYTV.IT E LE NUOVE PAGINE SOCIAL

Deejay tv è anche on-line all'indirizzo [Deejaytv.it](http://Deejaytv.it) con una pagina a forte impatto visivo, che declina online il nuovo look & feel del canale. Elemento centrale del sito, pensato e costruito per la navigazione anche su tablet e smartphone, è il feed che alimenta i contenuti dell' home page, sempre in linea con la programmazione on air e sui social media di canale, in modo da creare in ogni momento una corrispondenza puntuale tra tv e contenuti online. Il feed si aggiorna in tempo reale, con informazioni sul palinsesto TV, approfondimenti sui contenuti extra esclusivi del sito, lancio degli episodi completi disponibili on demand su Dplay, nonché news e anticipazioni da Facebook e Twitter del canale. Dall'home page è inoltre possibile accedere a una guida settimanale di tutti i canali free-to-air del portfolio di Discovery Italia e candidarsi ai casting per tutte le produzioni del gruppo. Nuove anche le vesti grafiche delle pagine social di DeeJay Tv: Facebook, Twitter e Instagram.



*L'home page del nuovo sito deejaytv.it*