

UNDRESSED TORNA SUL CANALE NOVE

Per il lancio della seconda stagione, una campagna multicanale con protagonisti i telespettatori

Milano, 06 maggio 2016 – Per l’attesissimo ritorno sugli schermi di **UNDRESSED**, vero e proprio fenomeno televisivo e tra i format italiani attualmente più esportati all’estero - **on air dal 9 maggio, dal lunedì al venerdì alle 23.00 sul canale NOVE** - Discovery Italia ha ideato una campagna multicanale unica, articolata in varie fasi, che coinvolge TV, web, stampa e off air, i cui **protagonisti assoluti sono i telespettatori**. La campagna di lancio della prima stagione, infatti, ha incluso un casting online su Instagram per trovare i volti della campagna della seconda edizione dello show, cercando i suoi protagonisti nella vita reale, proprio come avviene nel programma.

I CASTING ONLINE

La prima fase della campagna è partita a gennaio 2016 con il lancio, su nove.tv e su Instagram, del **casting online “Diventa la prima #Bedstar italiana!”** con l’obiettivo di **trovare i 10 volti protagonisti della campagna della seconda stagione**. Le persone sono state invitate a caricare su Instagram una foto che li rappresentasse a letto in modo giocoso, divertente e originale con l’hashtag #bedstar. Il casting è stato promosso on air e sulle pagine Facebook e Instagram di canale NOVE, ma anche attraverso una speciale collaborazione con Instabrand, che ha selezionato 10 instagram stars che hanno postato una propria foto di call to action alla partecipazione al casting e alla visione del programma. Questa speciale promozione ha raggiunto oltre 4 milioni di utenti su Instagram e in un mese sono state caricate oltre 6.000 foto con hashtag #bedstar.

LA CAMPAGNA

I 10 vincitori del contest online sono stati suddivisi in 5 coppie e hanno posato nei 5 scatti d’autore che sono diventati i soggetti della campagna pubblicitaria. Le #bedstar infine sono anche tra i protagonisti del promo on air in questi giorni per il lancio della nuova stagione di UNDRESSED.

La campagna è proseguita anche off air, con un'importante copertura sulla principale stampa periodica nazionale in target. Inoltre, a partire dal 4 maggio, alternando i 5 soggetti, la campagna verrà declinata in outdoor a Milano presso le principali stazioni della metropolitana, sulle pensiline di attesa dei mezzi di superficie, sugli autobus e su schermi lcd installati in centro città, a Roma nei principali snodi della rete metropolitana e sui mezzi di superficie e a Napoli anche sul circuito topografico della città.

UNDRESSED è il dating show originale di canale NOVE, rete neo-generalista del gruppo Discovery, basato su un esperimento sociale. In ogni puntata due protagonisti, entrambi single, entrano in una stanza buia con al centro un letto illuminato, l'obiettivo è capire in mezz'ora se sono compatibili. La stretta di mano tra i due dà il via al conto alla rovescia, da quel momento devono spogliarsi e mettersi nel letto per parlare e conoscersi. Passati i 30 minuti, i due concorrenti devono comunicare la scelta: se è nato l'amore restano nel letto per passare altro tempo insieme, altrimenti si rivestono e si salutano per l'ultima volta.

UNDRESSED (40 episodi da 30 minuti) è una produzione *Magnolia*.

Per ulteriori informazioni

Adriano Baioni | Corporate Communication Manager | E-mail: adriano_baioni@discovery.com

Daniela Capra | Communication Coordinator | E-mail: daniela_capra@discovery.com

www.discovery-italia.it | @DiscoveryItalia