

DISCOVERY ITALIA PRESENTA IL NUOVO DMAX

Dal 2 maggio il canale maschile del gruppo Discovery rinnova contenuti e veste grafica

Milano, 29 aprile 2016 – Discovery Italia presenta il nuovo DMAX (canale 52) e la nuova immagine del canale in tutte le sue declinazioni: on air, off air e online. Per presentare al pubblico la nuova veste grafica – a partire dal 2 maggio - Discovery Italia ha ideato una campagna di comunicazione a 360 gradi che ha incluso, oltre alle iniziative on air, numerosi eventi sul territorio e un'attività di guerriglia marketing ideata per coinvolgere i principali centri media. Una speciale programmazione, inoltre, segnerà il nuovo corso del canale anche dal punto di vista dei contenuti, con produzioni originali esclusive, nuovi titoli e grandi ritorni.

La nuova brand identity

La nuova veste grafica di DMAX, realizzata dal dipartimento di Brand & Creative di Discovery Italia con lo studio di design FloPicco, è stata ideata con l'intento di raccontare il brand in modo più energico, ironico e coinvolgente. Nuovi colori per il logo (oltre al paprika - che resta il colore dominante - le sue varianti saranno blu, verde oliva e bianco), nuove texture e grandi animazioni tipografiche: il linguaggio di DMAX è ad alto impatto visivo. Il logo e gli elementi grafici "irrompono" letteralmente sulla scena, catturando il telespettatore. Il jingle di canale è stato rivisto e adattato. Nuovi saranno anche gli ident che andranno ad enfatizzare i generi principali del canale (avventura, motori, entertainment, pesca e auction).

La programmazione

"CACCIA ALL'ORO BIANCO", la serie che racconta le vicende dei cavaatori di tartufo bianco, in prima tv assoluta dal 3 maggio, ogni martedì alle ore 22:00, è la produzione italiana originale che inaugura la settimana di lancio della nuova veste grafica di DMAX, che sarà accompagnata anche da altre novità di palinsesto:

- ✓ dal 3 maggio ogni martedì alle 22:55 "CACCIATORI DI VELENI", esperti a caccia di serpenti che con il loro veleno possono salvare vite umane;
- ✓ dal 4 maggio ogni mercoledì alle 21:10 i nuovi episodi di "AFFARI A QUATTRO RUOTE WORLD TOUR" con Mike Brewer e a seguire alle 22:00 "MEGA FABBRICHE", la serie sulle più avveniristiche aziende automobilistiche del mondo;
- ✓ da giovedì 5 maggio, per la serata "IDIOTI SENZA FRONTIERE", alle 21:10 dieci coraggiosi concorrenti si mettono alla prova con sfide estreme esilaranti in "NON È UN ALTRO STUPIDO GAME SHOW", seguito alle 22:00 da "100 COSE DA NON FARE A CASA", la serie che mostra tutti i più strambi esperimenti proibiti nelle mura domestiche;
- ✓ venerdì 6 maggio alle 21:55, in simulcast con Discovery Channel, andrà in onda il primo episodio di "DIESEL BROTHERS", tutti i retroscena della frenetica attività dell'officina di Heavy D, Diesel Dave e la loro crew;
- ✓ dal 9 maggio ogni lunedì alle 21:10 "BIG FISH MAN", Jakub Vagner, intraprenderà spedizioni di pesca nelle regioni più remote del mondo.

La campagna on air

Per lanciare il nuovo look del canale, il team Brand & Creative di Discovery Italia ha tradotto on air il claim della campagna -**“In ogni uomo c’è un maschio DMAX”** - che mira al coinvolgimento del telespettatore, qualunque siano le sue passioni, con **una campagna multisoggetto** on air dal 2 maggio in cross promotion sui canali free to air del portfolio Discovery, prodotta con Fargo Film. La creatività dei 3 soggetti racconta in modo irriverente e coinvolgente tre dei generi che caratterizzano l’anima del canale: avventura, motori e game show.

Le iniziative di marketing

Il nuovo DMAX sarà comunicato off air attraverso una **campagna stampa, affissioni e una speciale iniziativa**: il **DMAX CASTING TOUR**, un evento itinerante in giro per l’Italia per cercare il vero maschio DMAX. La campagna stampa coinvolge i maggiori quotidiani e settimanali ed è declinata su vari soggetti **con copy-ad in grafica, realizzati ad hoc** sulla base delle linee editoriali delle diverse testate su cui verranno pubblicati. Inoltre, la città di Milano accoglierà una **maxi affissione** dedicata al pubblico maschile più giovane appassionato di movida.

- DMAX CASTING TOUR

La promozione del nuovo DMAX continuerà anche durante l’estate, che si preannuncia rovente con la partenza del **DMAX CASTING TOUR**. A giugno, infatti, verrà lanciato un casting online sul sito dmax.it per trovare il “vero maschio DMAX”. E per regalare ai propri fan un’esperienza unica all’insegna dell’intrattenimento, i casting toccheranno la città di Monza e le spiagge della Romagna, del Salento e di Napoli, con la partecipazione straordinaria di Chef Rubio.

La campagna per il nuovo DMAX ha esordito già negli ultimi giorni di aprile, con una speciale attività di **guerriglia marketing ideata per coinvolgere i principali centri media**. Dal 20 al 29 aprile sono stati distribuiti ai dipendenti dei centri media dei buoni assaggio con la possibilità di scegliere fra alcuni piatti associati ai nuovi titoli in programmazione su DMAX. I partecipanti sono stati invitati a collegarsi ad un sito internet creato *ad hoc*, indicare la propria preferenza e a ritirare l’assaggio selezionato presso il chiosco brandizzato DMAX, allestito per l’occasione.

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](https://www.instagram.com/DiscoveryItalia)