

DEBUTTA LA NUOVA VESTE GRAFICA DI



Dal 23 gennaio il nuovo look&feel del canale generalista di Discovery e il nuovo claim - "Unico nel tuo genere" - per un'offerta sempre più ricca

Milano, 20 gennaio 2016 – Dopo aver archiviato una grande stagione autunnale con ascolti in crescita del +46% in prima serata e **in vista dell'atteso debutto di Maurizio Crozza** con il suo show inedito, il 2017 si apre con una nuova importante novità per il NOVE, una veste grafica totalmente rinnovata e un nuovo claim: *Unico nel tuo genere*.

Il **logo di NOVE** si rinnova, infatti, con l'inserimento del numero del canale nella O del wordmark, che richiama idealmente così il pulsante del telecomando. Un'evoluzione grafica che connota maggiormente il marchio rafforzandone l'identità, diventando chiave d'accesso immediata all'offerta del canale.

Il **claim "Unico nel tuo genere"** esprime maggiore vicinanza al proprio pubblico e da un punto di vista editoriale si declina in un'offerta innovativa, capace di intercettare un pubblico sempre più ampio. **Un'identità visiva totalmente rinnovata**, quindi, costruita partendo dalla forma del cerchio, già appartenente al DNA visivo di NOVE e del gruppo Discovery. Una forma geometrica essenziale che si presta per fare da cornice, sia negli ident di rete che nella comunicazione di brand, a un'offerta di contenuti molto varia, dove protagonisti sono i programmi e i volti di canale.

Ed è in quest'ottica che si inseriscono le nuove produzioni originali che incarnano lo spirito del rebrand:

- **'O MARE MIO**, on air dal 9 gennaio, ogni lunedì dalle 21.15: lo chef **Antonino Cannavacciuolo** lascia (solo temporaneamente) le Cucine da Incubo per imbarcarsi in una nuova sfida dedicata al mare e alla pesca alla scoperta delle ricette e delle tradizioni dei borghi marinari d'Italia.
- **IL RICCO E IL POVERO**, dal 20 gennaio, ogni venerdì alle 21.15: l'adventure game con **Chef Rubio** in cui affronterà alcuni volti amati della TV italiana in sfide esilaranti in giro per l'Europa. Con la consueta ironia e leggerezza, Rubio e il suo compagno di avventura vivranno le città da due punti di vista diametralmente opposti: quello del ricco e quello del povero.
- **HIDDEN SINGER**, dal 23 febbraio, ogni giovedì alle 21.15: il nuovo show dedicato alla musica, a metà strada tra la tribute night e il gameshow, con **protagonisti grandi artisti della musica italiana** e i propri fan.

In occasione del rebrand del canale NOVE, **anche il layout grafico della campagna off air a sostegno dei lanci più importanti del 2017 cambia veste**. Le nuove creatività che vestiranno i primi titoli - 'O MARE MIO, IL RICCO E IL POVERO e BOOM! - avranno un'importante **presenza outdoor a partire dal 23 gennaio nelle città metropolitane di Milano, Roma e Napoli** oltre che promozione su radio nazionali, e una pianificazione stampa e web. Tutta la campagna è realizzata internamente, pianifica MEC.

Per ulteriori informazioni

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

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

www.discovery-italia.it | [@DiscoveryItalia](https://twitter.com/DiscoveryItalia)