

Discovery Italia cambia look con un nuovo menù

di Maria Elena Zanini

Discovery Italia lancia una nuova comunicazione on air per rappresentare il sistema di 14 canali presenti sulle principali piattaforme e dare sempre più visibilità alla programmazione serale. La presentazione del nuovo menù sarà oggi in occasione del debutto del 6 Nazioni di rugby in onda su **Dmax** con il match tra Galles e Inghilterra. Il menù nasce per promuovere i programmi della serata e come strumento di cross-promotion per favorire la crescita dell'audience con una serie di quattro brevi clip che introdurranno la platea televisiva di **Discovery** ai programmi di punta previsti. Chiuso il 2014 con il 6% di share e la conferma della terza posizione in termini di ascolti, **Discovery** intende rafforzare così il suo posizionamento sul mercato, rafforzatosi a gennaio grazie all'acquisizione per 17 milioni circa del canale 9 di proprietà di All Music, editrice della televisione nazionale generalista DeeJay Tv dal gruppo L'Espresso. (riproduzione riservata)

