



REAL TIME E DACIA INSIEME PER UN PROGETTO DI COMUNICAZIONE A 360°

“A BUDGET LIFE: sposati, vestiti e riarreda con 7.900 euro” Il contest per il lancio di Nuova Dacia Sandero in esclusiva on air su Real Time

Carla Gozzi, Paola Marella ed Enzo Miccio testimonial d’eccezione

Milano, 16 gennaio 2013 – Dacia sceglie di legarsi a Real Time per un progetto di comunicazione integrata a 360°: **“A Budget Life: sposati, vestiti e riarreda con 7.900 euro”** per il lancio di **Nuova Dacia Sandero**. L’iniziativa prevede un contest online (sul sito www.daciabudgetlife.com), con una declinazione on air in esclusiva su Real Time, dove 3 testimonial d’eccezione, **Carla Gozzi, Paola Marella ed Enzo Miccio** – per la prima volta insieme in un progetto di brand partnership - in qualità di esperti indiscussi dei rispettivi settori, sosterranno con i loro preziosi consigli i candidati che, con il loro aiuto, potranno vedere realizzato il proprio sogno.

Il **contest**, attivo dal 7 gennaio e promosso on air in esclusiva su Real Time, invita tutti i partecipanti a registrarsi sul sito www.daciabudgetlife.com e caricare foto e idee per realizzare: **il guardaroba più chic, la casa più bella o il matrimonio perfetto**. Dal 18 febbraio potranno essere votati on line i **9 finalisti, 3** per ogni categoria (matrimonio, casa e guardaroba), che avranno proposto le idee più originali. I 9 finalisti **saranno protagonisti ognuno di un soggetto di presentazione della propria idea**. I soggetti avranno **l’endorsement video dei testimonial di Real Time** e saranno online e on air (sempre in esclusiva su Real Time) fino al 10 marzo. Tra tutti i finalisti verrà decretato, attraverso votazione tramite facebook o tramite login al sito, un **vincitore per ogni categoria che vincerà la realizzazione del proprio sogno con l’intervento dei testimonial di Real Time**. L’iniziativa verrà inoltre comunicata sul territorio (nei centri commerciali e nelle concessionarie Dacia) attraverso materiali POP realizzati ad hoc.

Un progetto di brand partnership innovativo e articolato che per la prima volta ha coinvolto ben 3 volti amatissimi del canale e che rappresenta un’esempio reale di integrazione tra online e on air, dove i contenuti ideati dagli utenti e nati online riescono a prendere forma sullo schermo. Dacia, uno dei marchi più noti del panorama automobilistico internazionale, ha scelto di affidarsi a Discovery Media sia come portavoce ideale del proprio posizionamento, sia come partner creativo per un progetto che coinvolge il canale più cool e in ascesa del panorama televisivo nazionale.

"La scelta di abbinarci ad un partner come Real Time non è stato affatto casuale: Dacia è un brand che negli ultimi anni sta attraversando una fase di ampliamento dell'offerta prodotto e di grandi successi nel mercato italiano, con l'obiettivo di avvicinarsi ad un target più giovane, più attuale e più attento a quelli che sono gli interessi, i desideri e le dinamiche di oggi. Real Time sposa in pieno la filosofia Dacia; sono certa che il successo di questo progetto possa rappresentare la base per future collaborazioni", ha dichiarato **Elisabeth Leriche, Advertising & Crm Manager Renault**.



L'intera iniziativa è stata realizzata con il supporto creativo di Publicis e la pianificazione media di OMD.

Discovery Networks Western Europe Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 1.7 miliardi di abbonati in 209 paesi. Discovery stimola i telespettatori a esplorare il mondo e a soddisfare la loro curiosità con oltre 140 networks in tutto il mondo, tra cui Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Discovery Science e Discovery HD e anche il network statunitense nato dalla joint venture OWN: Ophra Winfrey Network, the Hub e 3net, la prima rete 24/h 3D. Discovery è anche leader nell'offerta di servizi e prodotti educational e un portfolio di servizi digitali che comprende HowStuffWorks.com. In Western Europe, 17 brands Discovery raggiungono 331 milioni di abbonati con programmi dedicati in 13 lingue.

Discovery Italia

In Italia, Discovery è presente dal 1997. Oggi ha un portfolio di 7 canali distribuiti su diverse piattaforme: SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1 e DMAX), Mediaset Premium (Discovery World) e digitale terrestre free (Real Time e DMAX).

Per ulteriori informazioni:

Stefania Lazzaroni | Communications & Talent Director | T: +39 02.36006459 | E: stefania_lazzaroni@discovery.com

Daniela Capra | Communication Coordinator | T: +39 02.36006482 | E: daniela_capra@discovery.com