



DISCOVERY ITALIA presenta

DMAX RELOADED

Online, On-air e Off Air, il canale si rinnova e investe in modo sostanziale in contenuti e branding

Milano, 12 settembre 2012 – A quasi un anno dal lancio lo scorso novembre, Discovery Italia investe su DMAX con un palinsesto rinnovato, un refresh del look on air e una campagna di comunicazione a 360°. Alla campagna pubblicitaria, si affiancherà il lancio del sito www.dmax.it che - insieme a una già attiva facebook community con oltre 90.000 fans – sosterrà il più ricco palinsesto autunnale.

Il team interno di Discovery – Creative Hub, Marketing, Research & Insights e Agenzie esterne a Milano e Londra – hanno lavorato sinergicamente per realizzare i nuovi strumenti di comunicazione del canale. Tutto è però partito da una riflessione approfondita sul posizionamento di canale cristallizzato dal Creative Hub di Discovery Italia nel claim: **“Lo Guardi, Lo vivi”**. Un claim che mette in rilievo gli elementi distintivi del canale: la capacità di engagement dello spettatore e i contenuti coinvolgenti. Passioni, imprese umane, reportage, storie umane e senza effetti speciali: su DMAX la realtà è avvincente.

Da qui si è partiti per la declinazione degli strumenti di comunicazione:

Campagna ON-AIR

Il Creative Hub di Discovery ha tradotto on air il concetto della campagna “Lo Guardi, Lo vivi” con una multisoggetto che include anche un cortometraggio da 2 minuti. La campagna è stata pensata e realizzata dai creativi Ivano Scuderi (copywriter) Silvia Morganti (creative supervisor), mentre la regia è di Daniel Benmayor, casa di produzione Mercurio Cinematografica.

Campagna Off-AIR

E’ firmata Young & Rubican, la campagna multisoggetto stampa, affissioni, online e radio che avrà un forte impatto nei mesi di settembre e ottobre. La campagna stampa coinvolge i maggiori quotidiani e settimanali. La campagna affissioni toccherà Roma, Palermo e Catania: con uno speciale focus sul Sud Italia più recentemente coinvolto nello switch off. Iniziative speciali sono state pensate su Radio 105 e su You Tube.

www.dmax.it,

Con primère e catch up video, il nuovissimo sito di DMAX sarà un punto di riferimento per tutti i fans del canale e permetterà sia di vederne in anteprima alcuni contenuti sia di seguire i programmi il giorno seguente. Con il lancio del sito – che integra sinergicamente la già attiva facebook Community di DMAX – la strategia di canale si completa realizzando quell’ideale legame fra on-air e online.



Il Nuovo Look On Air

Realizzato a Londra, dall'agenzia Harriman Steel , il nuovo Look on-air del canale utilizza i colori paprika e lime come elemento distintivo. Il **logo** – d'ora in poi racchiuso in un quadrato caratterizzante - è l'elemento forte della comunicazione on-air che viene dinamicizzata da **Idents** sofisticati che narrano i macro generi del canale: survival, ingegneria e motori.

Discovery Communications – Western Europe

Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 1.5 miliardi di abbonati in 210 paesi. Discovery stimola i telespettatori a esplorare il mondo e a soddisfare la loro curiosità con oltre 130 networks in tutto il mondo, tra Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Discovery Science e Discovery HD, oltre a servizi e prodotti educational e un portfolio di servizi digitali che comprende HowStuffWorks.com. In Western Europe, 18 brands Discovery raggiungono 270 milioni di abbonati con programmi dedicati in 11 lingue.

Discovery Italia

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

Per ulteriori informazioni:

Comm&talent Director: Stefania Lazzaroni

tel. 02 36006459 stefania_lazzaroni@discovery.com

Daniela Capra

tel. 02 36006482 daniela_capra@discovery.com