

DISCOVERY ITALIA LANCIA LA NUOVA COMUNICAZIONE DI PORTFOLIO ON E OFF AIR

A supporto una campagna istituzionale, affissioni e molte iniziative sui social

Milano, 23 aprile 2020 - **Discovery Italia** rafforza e rinnova la propria comunicazione di portfolio con una serie di iniziative on air e off air, per affermare con forza l'identità del gruppo leader nel real-life entertainment di qualità e terzo editore televisivo italiano per share. L'intera operazione è ideata, sviluppata e prodotta da **Discovery Creative**, la factory creativa interna.

A partire da questa settimana infatti, **le bug di tutti i nove canali free del gruppo sono affiancate dal logo Discovery**, per sottolineare con ancora più forza l'appartenenza di tutti i diversi brand al mondo Discovery.

Valeria Lodeserto, Creative & Marketing Senior Director: *“Abbiamo un portofolio di brand molto forti e riconoscibili, che negli anni si è costantemente arricchito di nuovi canali per tutti i target. Proprio grazie a questa evoluzione, abbiamo sentito l'esigenza di rinnovare la nostra comunicazione di gruppo, rafforzando l'identità di Discovery come editore, perchè sia sempre più rappresentativo di tutti i channel brand che fanno parte della sua offerta e si distingue nel panorama competitivo per la natura dei propri contenuti: unici, straordinari e di altissima qualità”.*

A supporto, inoltre, è stata realizzata una **nuova campagna istituzionale di portfolio**, on air su tutti i canali, per raccontare al proprio pubblico il mondo e il DNA di Discovery, che è eterogeneo, eclettico, creativo, ma dietro la ricchezza e la varietà di contenuti c'è l'identità forte di un solo editore, come affermato dal claim finale: *“Discovery. Un mondo che non ti aspetti”.*

Infine, sono state lanciate una serie di attività di comunicazione on air, off air e social, identificate dall'hashtag **#DiscoveryInsieme**, per rafforzare ancora di più il concetto di vicinanza con i propri viewer in questo difficile momento.

È partita oggi una campagna affissioni multisoggetto, realizzata in collaborazione con **IGPDcaux**. Tutte le creatività della campagna sono accomunate dal claim: *“Ogni giorno sarà uno spettacolo”*, con l'obiettivo di mettere in relazione la mission di Discovery di intrattenere il pubblico sui propri canali attraverso i propri show, con lo spettacolo che tutti ci auguriamo di tornare a vivere quando potremo uscire liberamente (seppur con tutti gli accorgimenti e nel rispetto delle regole) riappropriandoci delle nostre città e degli spazi all'aperto.

Numerose anche le altre iniziative targate **#DiscoveryInsieme** sulle pagine social dei diversi canali, molte realizzate in collaborazione con i volti del gruppo, per stimolare il coinvolgimento della community: dal tour virtuale de La Sonrisa insieme a Imma Polese, alla caccia al ricordo con le firme

dell'informazione targata NOVE, ma anche attività di user generated content come, ad esempio, i consigli di Federico Lauri agli utenti che hanno inviato video sulla situazione fuori controllo dei propri capelli dopo settimane di quarantena.

Per ulteriori informazioni

Adriano Baioni | Corporate and Communications Director | E-mail: adriano_baioni@discovery.com

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

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