



DISCOVERY ITALIA CELEBRA LA GIORNATA INTERNAZIONALE CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE

**Una nuova campagna firmata *Discovery for Good* on air su Real Time
con la partecipazione di prestigiosi brand a sostegno dei progetti
Indifesa della Fondazione Terre des Hommes Italia**

Milano, 24 novembre 2020 – Anche quest’anno **Discovery Italia** celebra il **25 novembre**, la **Giornata internazionale contro la violenza sulle donne** con una campagna on air dedicata su Real Time, da sempre al fianco delle donne, firmata **DISCOVERY FOR GOOD**, il brand che racchiude tutte le attività di *Corporate Social Responsibility* del gruppo in Italia.

Il concept della campagna ideata e prodotta da **Discovery Creative**, la factory creativa interna al gruppo, vuole sottolineare attraverso l’uso di due soli colori, il bianco e il nero, quanto la violenza rappresenti una vera e propria invasione. Sia essa psicologica, fisica o verbale, la violenza ha sempre il drammatico potere di invadere il corpo, la mente e lo spazio di chi la subisce. Le clip in onda, realizzate con animazioni in grafica in cui il colore nero invade il bianco, rappresentano proprio questo concept e invitano il pubblico a riconoscere i gesti dietro cui potrebbe celarsi la violenza, impedendole così di invadere la vita delle donne. Questo è il messaggio che vuole lanciare la campagna, realizzata **in 10 diversi soggetti** della durata di 20 secondi, **in onda su Real Time a partire dal 19 novembre per poi culminare nella giornata del 25 novembre**, in cui verranno trasmessi a rotazione.

Prestigiosi brand come Caffè Vergnano, cameo, Clinians, ConTe.it, Doc Generici, Humana, Igor Gorgonzola, Mercedes-Benz Italia, Monge, Pesofarma, si sono uniti a Discovery donando alcuni spazi pubblicitari a favore della messa in onda delle clip realizzate per l’iniziativa, legandosi a un soggetto in particolare.

Anche le **pagine social ufficiali di Real Time** amplificheranno il messaggio della campagna condividendo le clip editoriali. Tutte le iniziative per il 25 novembre avranno **hashtag: #25novembre**.

Inoltre, parallelamente, sono state realizzate anche delle iniziative dedicate per **Levi’s**, con dei **bumper countdown in grafica** on air su Real Time dal 19 al 25 novembre, con frasi che incitano a un cambiamento in positivo e per **Leocrema**, che ha visto la produzione di **short clip da 5 secondi** che invitano al rispetto di sè stessi e degli altri, on air su Real Time, Food Network e HGTV – Home & Garden TV, dal 22 al 25 novembre.

Parte del ricavato di tutte le iniziative verrà devoluto alla Fondazione Terre des Hommes Italia, per sostenere concretamente i progetti **Indifesa**, a sostegno delle bambine, ragazze e donne vittime di violenza. Un’iniziativa che conferma l’impegno e la mission di Discovery anche livello globale che, con il programma di *corporate social responsibility* **RISE**, sostiene l’empowerment e la riduzione delle disuguaglianze.

Per ulteriori informazioni:

Adriano Baioni | Corporate & Sport Communication Director | E-mail: adriano_baioni@discovery.com

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

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