



## **SUCCESSO PER BAKE OFF ITALIA ANCHE AL PROMAXBDA EUROPE AWARDS 2014** **Discovery Italia premiata con l'argento nella categoria "Key art/Poster campaign"**

Milano, 27 marzo 2014 – **Discovery Italia vince con "Bake off Italia" al PromaxBDA Europe Awards 2014**, il prestigioso evento internazionale che premia la creatività nel mondo dei media e della comunicazione che si è tenuto il 25 marzo a Londra.

In particolare Discovery è stata premiata con un **argento nella categoria "Key art/poster campaign"** per la campagna stampa realizzata a novembre 2013 in occasione del lancio di **"Bake off Italia – Dolci in forno"** il fortunatissimo talent cooking show dedicato al bakery di Real Time, condotto da **Benedetta Parodi**, che ha registrato ascolti record.

La firma creativa della campagna è del dipartimento Brand & Creative di Discovery Italia - in collaborazione con M&C Saatchi – per dei soggetti che traducevano sul piano visivo i valori alla base dello show: la competizione emozionante ma distesa, dai toni dolci e non urlati.

Il claim della campagna "Vinca il più dolce" è stato declinato su diversi piani visivi: il teaser mostrava infatti un divertente braccio di ferro tra guanti da forno, mentre un secondo visual vedeva sempre la protagonista Benedetta Parodi svelare la scena e battezzare un combattimento a colpi di zucchero e baguettes, il tutto visto attraverso l'obiettivo pop-iperrealista e ironico del fotografo internazionale Vincent Dixon (per la prima volta coinvolto in una campagna italiana).

-----

**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 oltre 200 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](http://HowStuffWorks.com). In Western Europe, 17 brands Discovery raggiungono 274 milioni di abbonati con programmi dedicati in 13 lingue.

### **Discovery Italia**

In Italia, Discovery è presente dal 1997. In seguito all'acquisizione del 100% di Switchover Media operata a gennaio 2013, oggi Discovery è il terzo editore televisivo italiano per share complessiva con un portfolio di 12 canali distribuiti su diverse piattaforme: SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1 e GXT/+1), Mediaset Premium (Discovery World) e digitale terrestre free (Real Time, DMAX, Giallo, Focus, e i canali per bambini K2 e Frisbee).

### **Per ulteriori informazioni Ufficio stampa – Doppia Elica**

Giulia Balestrieri – [g.balestrieri@doppiaelica.com](mailto:g.balestrieri@doppiaelica.com) - Tel. 02 40 30 34 61

Alessandra Colao – [a.colao@doppiaelica.com](mailto:a.colao@doppiaelica.com) - Tel. 02 40 30 34 60

Daniela Capra | T: +39 02.36006482 | E: [daniela\\_capra@discovery.com](mailto:daniela_capra@discovery.com)