



K2 E FRISBEE

NUOVO LOOK E NUOVI CONTENUTI TUTTI DA SCOPRIRE

Il refresh dei canali Kids entrati a gennaio nel portfolio Discovery, coinvolge visual identity e offerta editoriale ed è accompagnato da una straordinaria campagna di comunicazione integrata

Milano, 28 giugno 2013 – Discovery Networks rinnova la visual identity dei canali **K2** e **FRISBEE** (Dtt 41-44, Sky 626-627) che **da domenica 30 giugno** sono on-air con le nuove grafiche e i nuovi loghi. Il Brand refresh ha come obiettivo il rafforzamento del posizionamento dei due canali attraverso la valorizzazione degli elementi che li rendono distintivi e unici nel panorama dell'offerta kids in Italia.

La nuova veste grafica di K2 e Frisbee esprime lo spirito dinamico e curioso delle giovani audience dei canali: ragazzini principalmente in cerca di azione e avventura per K2 e giovani telespettatrici moderne appassionate di telefilm e comedy per Frisbee. Per celebrare l'operazione di restyling sono appena partite, e proseguiranno nel corso dell'estate, le nuove stagioni delle property di punta dei canali e titoli esclusivi inediti, mentre sono previsti per il Back-to-school alcuni lanci in prima tv esclusiva. Un'offerta di contenuti **complementari, innovativi e di qualità**, frutto della collaborazione con partner importanti come **Pokémon Company** e **Hasbro**, che confermano K2 e Frisbee come le piattaforme ideali dove trovare il meglio dell'intrattenimento televisivo internazionale dedicato al pubblico dei kids 4-14 anni e della famiglia.

"Il nuovo look di K2 e Frisbee e la campagna di comunicazione a supporto sono il frutto di un'accurata riflessione che è un primo importante step verso la valorizzazione di canali che riteniamo ad alto potenziale e in cui crediamo molto. Siamo certi che gli spettatori apprezzeranno ciò che Discovery – che ha acquisito i canali a gennaio 2013 - sta facendo in termini di qualità dei contenuti e di complementarietà della nostra offerta", dichiara **Paolo Lorenzoni, Vice President Marketing & Digital** di Discovery Italia.

"Il segmento Kids è fra i più presidiati del digitale terrestre, ma riteniamo possa ancora esprimere livelli di crescita significativi. L'ascolto combinato di K2 e Frisbee raggiunge il 9% di share sul target 4-14 (Giugno 2013, timeslot: 7-22.00). Bisognava dare allo spettatore un segnale forte di rinnovamento anche per inquadrare i nuovi titoli in un contesto accattivante che posizionasse in modo immediato i due brand" commenta **Fabrizio Salini, Vice President Content, Fiction & Kids** di Discovery Italia.

Il rilancio di K2 e Frisbee è supportato da una **campagna integrata multiplatforma** che prevede 3 piani di comunicazione attivi già da alcuni giorni. L'attività off air media prevede **pagine teaser su testate trade** alle quali seguirà, durante l'autunno, un secondo flight. Per la TV è stato realizzato **uno spot da 30"** in onda su un selezionato bouquet di canali e sul portfolio Discovery. Sul fronte **"digital"** social network e canali istituzionali creeranno buzz sul nuovo look e sulle novità di palinsesto. Inoltre, nel corso dell'estate sono previste iniziative in field che toccheranno alcuni degli appuntamenti estivi più attesi dai ragazzi per coinvolgere il target nel nuovo mood di K2 e Frisbee. Infine, i migliori parchi divertimento d'Italia ospiteranno per tutta la stagione il tour estivo dedicato con concorsi, giochi e attività di intrattenimento per tutta la famiglia.

La strategia di comunicazione ideata da Discovery per supportare il rilancio di K2 e Frisbee proseguirà anche in autunno in occasione del ritorno sui banchi di scuola con i nuovi programmi protagonisti di attività di promozione creative e accattivanti rivolte al consumer.

L'offerta di K2 (DTT canale 41, Sky epg 626)

K2 propone un mix di **azione, avventura e un forte elemento comedy** che i bambini vivono e reinventano quotidianamente attraverso le storie dei propri eroi. La nuova visual identity fa leva sull'esagono che



racchiude il logo e ne fa un elemento dinamico distintivo. Una veste grafica moderna e mobile a cui si unisce un'offerta di programmi all'insegna di **grandi avventure, risate ed energia**. Tra le novità di K2 le action-adventure *Metal BeyBlade*, *B-Daman* e *Slugterra* in arrivo in autunno, oltre ai titoli di punta del canale attualmente in onda in esclusiva per la tv in chiaro: la saga *Pokémon Nero & Bianco: Avventure a Unima*, il fenomeno *Yu-Gi-Oh! Zexal*, la comedy *Rekkitt Rabbit* e dal 1 agosto i nuovi episodi di un cult seguitissimo come *Phineas e Ferb*.

L'offerta di FRISBEE (Dtt canale 44, Sky epg 627)

Amicizia, musica e magia sono invece gli elementi chiave dell'offerta di **Frisbee** che, nel suo nuovo look gommoso, morbido e dai colori fluo, esprime al meglio la vitalità e l'originalità delle proprie giovani spettatrici.

Tra le proposte più forti di quest'anno la coloratissima comedy animata *Littlest Pet Shop*, versione televisiva della fortunata linea di giocattoli collezionabili, accessori e videogame prodotti da Hasbro, le vicende del buffo folletto *Mirmo*, gli scatenati adolescenti della comedy animata *6Teen*, oltre alle pazze magie dell'intramontabile Timmy Turner, protagonista di *Due Fantagenitori*. Attesissime per l'autunno le nuove puntate della teen novela messicana *Miss XV – Maps*, il mix di live action e animation *Groove High*, i nuovi episodi delle sitcom *Mr. Young* e *La mia babysitter è un vampiro*.

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. 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, DMAX e GXT/+1), Mediaset Premium (Discovery World) e digitale terrestre free (Real Time, DMAX, Giallo, Focus, e i canali per bambini K2 e Frisbee, questi ultimi anche in chiaro su satellite).

Per ulteriori informazioni

Beatrice Mariani | Communication Supervisor | T: +39 06.84408701 | E: mariani@switchovermedia.it
Daniela Capra | Communication Coordinator | T: +39 02.36006482 | E: daniela_capra@discovery.com

Ufficio stampa – Doppia Elica

Giulia Balestrieri – g.balestrieri@doppiaelica.com
Tel. 02 40 30 34 61
Alessandra Colao – a.colao@doppiaelica.com
Tel. 02 40 30 34 60