

**NOVE**

## **DISCOVERY CREATIVE FIRMA LA CAMPAGNA DI LANCIO DI “CHE TEMPO CHE FA”**



*Milano, 5 novembre 2023* - Per il lancio dell'attesissima nuova stagione di **“Che Tempo Che Fa”**, il talk show creato e condotto da **Fabio Fazio in arrivo il 15 ottobre dalle 19.30 sul NOVE** e in streaming su **discovery+**, **Discovery Creative**, la factory creativa interna al gruppo *Warner Bros. Discovery* ha ideato e prodotto un progetto di comunicazione articolato che ha previsto un media mix ricco di molteplici formati, declinazioni e creatività.

Da un punto di vista grafico è stata rivista l'identità visiva del programma. In accordo con il team di Fabio Fazio si è mantenuto l'impianto dell'**iconico logo del programma** andando ad intervenire sul font, sulle proporzioni, sulla leggibilità e sui colori. Questo ha permesso un rinnovo dell'impianto visivo ma anche un continuo con il passato per accompagnare i viewers affezionati del programma sulla nuova rete di destinazione di **“Che Tempo Che Fa”**, il **NOVE**.

Elemento fondamentale è stato l'introduzione di elementi grafici quali il *pesce* e le *bolle* che hanno definito lo sviluppo della creatività on air e off air. La campagna di promozione sui canali televisivi del gruppo Warner Bros. Discovery è partita il 13 luglio al termine della conferenza stampa di presentazione dei palinsesti autunnali del gruppo, in cui Fabio Fazio è stato protagonista assoluto. In 3 mesi i telespettatori sono stati accompagnati attraverso **7 diversi** promo declinati su 16 formati (versioni da 60", 45" e 30") in cui l'elemento comune è **la ricerca di nuovi pesci per la scrivania-acquario dello studio**.



Fabio Fazio e Luciana Littizzetto sono i protagonisti di divertenti gag ambientate in più luoghi: un ristorante, un fiume, l'Acquario di Genova, la location di un casting e l'ufficio del 'Big Boss' di Warner Bros. Discovery. Sarà proprio il pesce personale del grande capo, "rubato" dalla coppia con un astuto stratagemma, a inaugurare l'acquario.

Il giorno della premiere, il 15 ottobre, la campagna avrà generato 1.300 GRP sul target A3+ sul portfolio dei canali in chiaro del gruppo, 35 milioni di spettatori contattati (reach, pari al 60% dell'universo A3+), 20 contatti medi per promo-viewer (frequenza).

**La campagna di comunicazione Off Air** non sarà da meno. Ad un mese esatto dal lancio, il 15 settembre i canali social del programma hanno svelato in anteprima il **key art** di questa nuova edizione.

Dal 9 ottobre la campagna avrà una pianificazione **Out of Home** e **Digital OUT OF HOME** su alcuni impianti nel centro città e sulle metropolitane di Milano e Roma. Più di 700 spot da 30" sulle principali emittenti radiofoniche in target (RDS, Radio Italia, Radio Sportiva) stampa quotidiana e digital (Corriere della Sera, La Repubblica, La Stampa, Il Messaggero, La Gazzetta dello Sport, Corriere dello Sport Stadio, TuttoSport, Il Sole 24 Ore, Fanpage, TV Sorrisi e Canzoni, TGCom). Massiccia la presenza sui principali settimanali e mensili di intrattenimento con più di 40 uscite in due mesi oltre alla visibilità nei palazzetti dello sport del campionato della lega basket nelle giornate del 15 e del 22 ottobre.

Info e aggiornamenti di **#CTCF** saranno visibili sui canali social del programma: Facebook, Instagram, Twitter, TIK TOK **@chetempochefa** a cui si è aggiunto il "canale Whatsapp di Che Tempo Che Fa".

"**CHE TEMPO CHE FA**" di Fabio Fazio è prodotto da **l'OFFicina**, società del Gruppo Banijay per *Warner Bros. Discovery*.

#### **Credits:**

*Team Brand and Creative Warner Bros. Discovery.*

La strategia di pianificazione è curata da *Wavemaker*.

Casa di produzione: *AngFilm*.