

SCHEDA INFORMATIVA

Campagna nazionale "Il Geometra è di casa"

La terza edizione segna un'evoluzione precisa: il geometra entra in modo più riconoscibile nel racconto del programma televisivo "Casa a prima vista", in onda su Real Time. Al termine del programma, e per le prossime tre stagioni, per un totale di trenta puntate, il geometra sarà presente con approfondimenti rivolti direttamente al pubblico interessato alla compravendita e alla cura della casa. Questo nuovo inserimento non è un formato pubblicitario, bensì un coinvolgimento richiesto dall'editore Warner Bos Discovery. Una presenza che si aggiunge, senza sovrapporsi, agli altri contenuti pubblicitari della campagna, rafforzandone la capacità di impatto nell'immaginario del grande pubblico.

I punti di forza

Continuità. Terzo anno consecutivo di investimento sulla riconoscibilità pubblica della professione.

Presenza nel programma. I geometri intervengono, come gli altri protagonisti, all'interno del format televisivo e in chiusura della puntata, con consigli utili sui temi della compravendita immobiliare, basando la narrazione sulle competenze del geometra.

Durata. La campagna accompagna tre stagioni televisive, da settembre 2026 a dicembre 2027.

Pluralità. Dai 3 protagonisti della prima edizione ai 6 della seconda, fino ai 13 professionisti di quest'anno: una progressione che rappresenta la pluralità delle conoscenze, delle esperienze e delle presenze territoriali della Categoria.

Utilità per i Collegi. Lo spot ADV da 15 secondi è interpretato unicamente dai geometri e, non essendo presenti i talent, ai quali sarebbe necessario corrispondere i diritti per ulteriori programmazioni, potrà essere messo, se richiesto, a disposizione dei Collegi provinciali.

La diffusione e la pianificazione televisiva

"Casa a prima vista" è trasmesso su Real Time, canale 31 del digitale terrestre, ed è visibile anche su Tivùsat e su Sky, ai canali 160 per Sky Q e My Sky e 140 per Sky Glass e Sky Stream. Il programma è inoltre disponibile in streaming e on demand su Discovery+.

La pianificazione comprende la diffusione dei contenuti, sia in occasione delle prime trasmissioni sia durante le repliche delle puntate. La reiterazione dei passaggi amplia l'esposizione complessiva della campagna e rafforza la riconoscibilità della figura del geometra presso il pubblico del programma.

Stagione	Periodo	Presenza della campagna
9	settembre–dicembre 2026	on air dal 14 settembre 2026
10	gennaio–maggio 2027	in base alla successiva pianificazione del programma
11	settembre–dicembre 2027	in base alla successiva pianificazione del programma

I formati

Domanda e risposta. Un agente immobiliare del programma pone al geometra una domanda legata ai bisogni concreti del cittadino; il professionista risponde illustrando il contributo tecnico che può offrire.

I consigli dell'esperto. Il geometra interviene in chiusura di puntata e fornisce indicazioni sintetiche sui temi della compravendita immobiliare, della ristrutturazione e della gestione della casa.

Spot ADV da 15 secondi. Un contenuto pubblicitario autonomo, destinato ai canali digitali e social e, se richiesto, utilizzabile anche dai Collegi provinciali.

Magazine. Si tratta di alcuni contenuti tematici di circa 30 minuti ciascuno, all'interno di un nuovo programma denominato "Magazine", al quale la Categoria è stata invitata a partecipare direttamente dall'editore Warner Bros Discovery. Le registrazioni e la messa in onda saranno accompagnate da una promozione specifica curata dall'editore Warner Bros. Discovery.

La diffusione digitale e social

La pianificazione digitale e social seguirà la programmazione televisiva e interesserà i canali ufficiali di "Casa a prima vista", caratterizzati da un'elevata visibilità e da una community fortemente interessata ai temi della casa e della compravendita immobiliare. La diffusione su questi spazi permetterà di prolungare la vita dei contenuti oltre la messa in onda televisiva e di raggiungere il pubblico del programma attraverso modalità di fruizione e condivisione differenti.

La ricaduta per i Collegi provinciali

Il coinvolgimento di 13 geometri protagonisti, provenienti da realtà provinciali differenti, vuole esprimere la presenza capillare della figura tecnica unita alle diverse esperienze. La loro partecipazione rende visibili la pluralità e il radicamento nazionale della Categoria.

In una fase successiva, lo spot ADV da 15 secondi potrà essere messo a disposizione dei Collegi come strumento di comunicazione locale. Gli altri contenuti realizzati con i Talent di "Casa a prima vista" non potranno essere utilizzati autonomamente dai Collegi per ragioni legate ai diritti televisivi.

La funzione Trova il geometra

La pagina web abbinata alla campagna continuerà a dare evidenza alla funzione **"Trova il geometra più vicino"**. Gli elenchi saranno aggiornati sulla base dei professionisti in regola con gli adempimenti previsti dall'iscrizione all'Albo e alla Cassa Geometri.

Qui il link di: <https://www.ilgeometradicasa.it/>

Inoltre, nel sito di Fondazione Geometri Italiani, la pagina al link <https://tinyurl.com/4w5fzu93> continuerà a raccogliere contenuti, spot e aggiornamenti dell'iniziativa.

I promotori

La campagna è promossa da Cassa Geometri e Consiglio Nazionale Geometri e Geometri Laureati, per il tramite di Fondazione Geometri Italiani, in collaborazione con Warner Bros. Discovery.