

DISCOVERY ITALIA A MARZO 3° EDITORE TELEVISIVO NAZIONALE CON IL 5.3% SHARE

- ✓ Discovery Channel leader dell'area Doc & Lifestyle di Sky
- ✓ Real Time si conferma leader dei canali nativi digitali
- ✓ DMAX 7° canale nazionale sul target uomini 20-49
 - ✓ FOCUS cresce del + 92% anno su anno
 - ✓ GIALLO raggiunge picchi dell'1% share
 - ✓ K2 e Frisbee al 7% share sul target kids

Milano, 02 aprile 2014 – **Discovery Italia, con il suo portfolio di 12 canali**, chiude il mese di Marzo con il **5.3% share** confermandosi **3° editore nazionale** con una crescita del **14%** rispetto a **Marzo 2013**. Share che sale al **7%** considerando il **target commerciale adulti 15-54** con una **crescita del 16% anno su anno**.

Il Portfolio Pay

L'offerta factual di Discovery su Sky, ha raggiunto a maggio uno share del **1.34%** sul Totale individui pay, con una crescita del **5% anno su anno**.

Il flagship **Discovery Channel** ottiene un ascolto nel minuto medio di **18mila amr**, crescendo del **6% rispetto al periodo omologo del 2013**: particolarmente significativa in questo senso è la performance di **Gold Rush**, che è stato il top show del mese, generando un ascolto di **123mila amr**.

Real Time (canale 31 dtt free, Sky canale 131 e 132, TivùSat canale 31)

Real Time a Marzo si conferma **leader tra i canali nativi digitali** con l'**1.5% share** crescendo del **4% rispetto al periodo omologo del 2013**. Sul core target **donne 20-49** **Real Time** si attesta come **7° canale nazionale con il 3.1% share**.

Amici di Maria de Filippi si conferma il programma di punta del canale registrando un ascolto nel minuto medio di **650mila amr** e il **3.8% share**. Durante la messa in onda del programma, **Real Time** è il **5° canale nazionale più visto dalle donne 15-54 con uno share del 6.8%**. Il Talent show ha raggiunto a Marzo la sua **miglior performance giornaliera dal lancio con 756mila amr e il 4.2% share**.

Ottimo esordio anche per **The Undateables: l'amore non ha barriere** che nelle prime due domeniche di messa in onda ha totalizzato una media di **389mila amr (2.43% share)**, superando del **19%** la performance dello stesso slot nelle settimane precedenti.

DMAX (canale 52 dtt free, TivùSat canale 28)

DMAX a Marzo è l'**11° canale nazionale più visto con uno share dell'1.2% share** e una crescita del **16% anno su anno**. Sul core demo maschi 20-49 **DMAX** si conferma **7° canale nazionale con il 2.9% share**.

L'auktion continua ad essere uno dei generi più apprezzati sul canale, soprattutto grazie a "**Il Banco dei Pugni**", che ha raggiunto ottimi risultati in fascia Access, con una media di **344mila amr e 1.3% share**, raggiungendo, il 21 marzo, il **picco di 504mila ascoltatori nel minuto medio e l'1.84% share**.

Grande successo anche per il nuovo programma culto del Venerdì sera: "**Ci sei o ci fai?**" ha totalizzato un ascolto medio di **385mila amr con l'1.4% share**, rendendo **DMAX sesto canale nazionale quando lo show era in onda sul core demo Maschi 20-49**.

FOCUS (canale 56 dtt free)

Focus non arresta la sua crescita e chiude Marzo con lo **0.7% share registrando un +4% rispetto al mese precedente e un eccellente +92% rispetto a Marzo 2013.**

Il programma ***Alieni: nuove rivelazioni*** continua a totalizzare volumi d'ascolto molto significativi raggiungendo **picchi di oltre 260mila amr**, mentre il genere ***How to*** consolida sempre più la sua rilevanza per il canale grazie alle buone performance di ***How It's made***.

GIALLO (canale 38 dtt free)

Giallo chiude il mese di Marzo con lo **0.7% share e picchi di ascolto dello 0.8% share** per il lancio di ***Touch*** (228mila amr) e ***The Finder*** (214mila amr) **che ha registrato una permanenza media sul programma del 48%**; mentre la **2° stagione di *King***, partita il 28 Marzo, ha subito raggiunto picchi di **1% share** (260mila amr).

I canali Kids: K2 (canale 41 dtt free) e *Frisbee* (canale 44 dtt free)

A Marzo **Discovery Italia** conferma la sua **3° posizione nel ranking degli editori kids** con il **7% share sul target bambini 4-14 anni.**

K2 chiude il mese di Marzo in 5° posizione tra i canali Kids con il 4.3% share registrando una crescita del +9% rispetto al mese precedente e del +27% anno su anno. Sul core target maschietti **6-12 anni si conferma 2° canale kids** più visto con il **7.8% share**. Ottimo risultato per la premiere di ***A tutto Reality All Stars (s.5)*** che ha totalizzato un ascolto minuto medio di **105mila amr (6,6% share bambini 4-14)**. La puntata dell'**11 Marzo** ha realizzato **la miglior performance di sempre su K2 con 252mila amr pari al 13,5% share sul target bambini 4-14 anni**. Durante la messa in onda del programma, **K2 è stato il secondo canale più visto dai bambini 4-14 anni** (dietro solo a Canale 5).

Buone performance anche per ***Frisbee*** che a Marzo ha raggiunto il **2.8% share (7° canale kids) crescendo del 4%** rispetto al mese precedente. Grande successo per le ***Live Action***, che continuano ad essere il contenuto di punta del canale, in particolar modo ***Ant Farm*** che vanta una media di **53mila amr** e ***The Wannabes***, con una media di **49mila amr** sul target bambini 4-14 anni. Risultati positivi anche per i primi esperimenti di contenuto factual sul canale: ***Ti Faccio una magia*** ha totalizzato una media di **45mila amr** (2% share sul target bambini 4-14 anni).

Discovery Communications – Western Europe Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 2 miliardi di abbonati in oltre 220 paesi. Discovery stimola i telespettatori a esplorare il mondo e a soddisfare la loro curiosità con oltre 195 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 Revision3. In Western Europe, 24 brands Discovery raggiungono 435 milioni di abbonati con programmi dedicati in 9 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 - Tel. 02 40 30 34 61

Alessandra Colao – a.colao@doppiaelica.com - Tel. 02 40 30 34 60

Daniela Capra | T: +39 02.36006482 | E: daniela_capra@discovery.com