



## **LE DUE NUOVE SFIDE DI DISCOVERY ITALIA: DEEJAY TV E DPLAY**

***Il debutto nella tv generalista per raggiungere la grande platea televisiva e il lancio del servizio OTT, con il ricco portfolio free to air disponibile ovunque, in qualsiasi momento, su qualsiasi device***

*Milano, 16 giugno 2015 – Discovery Italia presenta due grandi novità per il mercato italiano: la nuova DeeJay Tv, che segna il debutto della media company nella tv generalista al canale 9, e Dplay, l'innovativo servizio OTT che permette di vedere in qualsiasi momento, ovunque, su tutti i principali device e gratuitamente, i programmi del portfolio free.*

Due nuove sfide nel percorso di crescita di Discovery Italia che hanno un obiettivo preciso: **costruire un'offerta di contenuti sempre più completa, innovativa, che raggiunga anche il grande pubblico della tv generalista - portando il know how di Discovery - e arricchisca il mondo dei servizi OTT.**

**Marinella Soldi, President & Managing Director Discovery Networks Southern Europe e AD Discovery Italia** dichiara: *"Con DeeJay Tv e Dplay ampliamo i nostri orizzonti con un'offerta ancora più ricca che da una parte si allarga alla più tradizionale platea televisiva e dall'altra risponde a una fruizione più innovativa dei contenuti. La tv generalista rappresenta infatti ancora un importante punto di riferimento per il grande pubblico che vogliamo sorprendere con un canale nuovo "alla Discovery", mixando i generi, trasmettendo programmi originali e innovando il linguaggio. Con Dplay vogliamo intercettare un target nuovo, dinamico, ricettivo e veloce offrendo un servizio su tutti i device personalizzabile, interattivo e user friendly".*

**Discovery Italia consolida così la sua posizione di 3° editore per share nello scenario dei media italiani, arricchendo una storia che solo negli ultimi 5 anni ha visto crescere il portfolio da 5 a 14 canali, passando da una presenza esclusivamente pay a un modello anche free e multiplatforma, con una share che a giugno raggiunge il 7,5 % anche grazie alle performance di DeeJay Tv.**

Il tutto grazie al “**pensiero Discovery**”, **ThinkD**: la capacità dell’azienda di anticipare tendenze e generi, di essere promotrice del cambiamento attraverso una rivoluzione dei linguaggi, la creazione di veri e propri brand che rappresentano i valori di competenza, indipendenza e qualità.

Il portfolio Discovery, 14 canali, 7 free to air e 7 pay, raggiunge ogni mese oltre 45 milioni di persone e anche in questa prima metà del 2015 ha confermato la forza di tutti i brand che lo compongono. A giugno **Real Time** si conferma 8° canale nazionale con l’ 1,6% di share e **Dmax** primo canale digitale tra gli uomini con il 2,1%; **Giallo e Focus** hanno una platea sempre più ampia e sono cresciuti rispettivamente del +25% e +3% rispetto al 2014. **K2 e Frisbee** si confermano punti di riferimento per il pubblico dei più piccoli. Sul fronte pay **Discovery Channel**, il flagship che proprio in questi giorni compie 30 anni, si conferma leader nell’area 400 di Sky mentre **Eurosport**, da un anno nella famiglia Discovery, è reduce dal successo di ascolti del Roland Garros e ha un palinsesto nei prossimi mesi ricco di esclusive e grandi eventi internazionali.

Discovery Italia, inoltre, è sempre più protagonista nel **mondo delle produzioni originali e locali**: oltre 400 ore all’anno, in un 2015 che ha già visto lanciare tanti contenuti locali di successo: da *Hair – sfida all’ultimo taglio* a *I Colori dell’Amore*, da *Italiani Made in China* a *Alta Infedeltà* passando per *Mamma sei 2 much* e i “cult” come *Bake Off Italia*, *Ma come ti vesti?!*, *Il re del cioccolato*, *Shopping Night*, *Il Boss delle Cerimonie*, fino all’esclusiva del *Rbs 6 Nazioni e Unti e Bisunti*, in onda su Dmax.

#### **Discovery Italia**

In Italia, Discovery è presente dal 1997. Oggi Discovery è il terzo editore televisivo italiano per share (6% nel 2014) e ha un portfolio di 14 canali distribuiti su diverse piattaforme: digitale terrestre free (Real Time, DMAX, Giallo, Focus, i canali per bambini K2 e Frisbee e DeeJay TV); Sky (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1, DMAX/+1, Giallo, Focus, K2, Frisbee, DeeJay TV, Eurosport ed Eurosport 2), Mediaset Premium (Discovery World, Eurosport ed Eurosport 2) e TivùSat (Real Time, DMAX, DeeJay TV). Grazie al coraggio di osare, al desiderio di ricercare e produrre contenuti innovativi, Discovery Italia sta attivamente contribuendo allo sviluppo di una nuova cultura televisiva nel nostro Paese, scardinando gli stereotipi con canali che sono veri e propri love brand per gli spettatori e benchmark di eccellenza e innovazione nel mercato dei media. Dal 2014, inoltre, Milano è diventata il quartier generale della nuova Region Southern Europe di Discovery Networks International che comprende Italia, Spagna, Portogallo e Francia. Discovery Networks International è la divisione internazionale di Discovery Communications, primo editore pay-tv al mondo che raggiunge quasi 3 miliardi di abbonati in più di 220 paesi nel mondo.

Per maggiori informazioni:

Communications Director Discovery Italia: Barbara Ferrieri | [barbara.ferrieri@discovery.com](mailto:barbara.ferrieri@discovery.com) Cell. 348.3090052 | Tel. 02.36006445  
Corporate Communication Manager Discovery Italia: Adriano Baioni | [adriano.baioni@discovery.com](mailto:adriano.baioni@discovery.com) Cell. 340.1015346 |  
02.36006844

Twitter Ufficio Stampa: @DiscoveryItalia