



## TOP PERFORMANCE IN AGOSTO PER DISCOVERY

**Portfolio al 3.5% share e record di sempre per Real Time: 2.2% share  
Real Time il 5° canale sul target femminile; DMAX il 7° canale sul target  
uomini**

Milano, 04 settembre 2012 – Il mese di agosto, caratterizzato da un calo degli ascolti televisivi (-5%), ha visto il **portfolio Discovery Networks registrare un nuovo record: 3.5% share (ind 4+)**. Una share che sale oltre il 5% sul target commerciale di adulti 15-54enni posizionando Discovery al 4° posto fra gli editori tv sul target. Su questi risultati incide **l'ottima performance mensile di Real Time: 2.2% share** sul totale individui con un una punta inattesa del **4.5% sul proprio core target** raggiunta per la prima volta proprio ad agosto. Anche DMAX ha contribuito agli ottimi dati portfolio consolidando all'1% share (ind 4+) di luglio.

**Gli ascolti di Real Time in agosto salgono dunque a 169.805 di amr (ind 4+) con punte di 201.629 nelle ore commerciali**, ricche di premièrè conoinvolgenti e di contenuti dinamici ed energizzanti. Si tratta della **miglior performance di sempre per il canale**, che si conferma 8° canale nazionale più visto, 5° considerando le donne 20-49.

**DMAX** mantiene stabile le proprie performance **all'1% sul totale popolazione (16° canale nazionale più visto)** che arriva al **2.3% considerando il proprio core target**: risultato che permette al canale di guadagnare una posizione sugli uomini 20-49 nel ranking dei canali televisivi, diventando il 7° canale nazionale più visto, superando La7.

Dati significativi che permettono a Discovery di mantenere saldamente la 5a posizione fra gli editori televisivi, riducendo il gap che lo separa dai primi 4: Rai, Mediaset, Sky e Telecom Italia Media (in 4 posizione con il 3.6% di share).

Discovery si riconferma inoltre come uno dei pochi player che cresce in agosto del + 3% di share mese su mese.

**Discovery Networks Western Europe** Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 1.7 miliardi di abbonati in 209 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](http://HowStuffWorks.com). In Western Europe, 17 brands Discovery raggiungono 331 milioni di abbonati con programmi dedicati in 13 lingue.

### **Discovery Italia**

In Italia, Discovery è presente dal 1997. Oggi ha un portfolio di 7 canali distribuiti su diverse piattaforme: SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1 e DMAX), Mediaset Premium (Discovery World) e digitale terrestre free (Real Time e DMAX).

Per ulteriori informazioni:

Stefania Lazzaroni | Communications & Talent Director | T: +39 02.36006459 | E: [stefania\\_lazzaroni@discovery.com](mailto:stefania_lazzaroni@discovery.com)  
Daniela Capra | Communication Coordinator | T: +39 02.36006482 | E: [daniela\\_capra@discovery.com](mailto:daniela_capra@discovery.com)