



REAL TIME CONQUISTA LA PRIMA SERATA BOOM DI ASCOLTI PER “BAKE OFF ITALIA” 1,2 milioni di ascoltatori nel minuto medio 4,2% di share

Milano, 2 dicembre - “BAKE OFF ITALIA – DOLCI IN FORNO” il talent cooking condotto da **BENEDETTA PARODI** ha registrato un incredibile successo per la prima puntata in onda venerdì sera su **REAL TIME** (canale 31 dtt free) e **Dmax** (canale 52 dtt free): con 1,2 milioni di ascoltatori nel minuto medio, 4,2% di share e 2,6 milioni di contatti netti è risultato il 6° programma nazionale più visto dal totale individui, battendo in prima serata Rai 2 e Rai 3.

In particolare, il programma ha totalizzato la miglior performance di sempre su **REAL TIME** con 895.000 ascoltatori nel minuto medio attestandosi come il 7° canale nazionale con il 3,11% di share e il 5° sulle donne 20-49 con il 5,6% di share.

La partecipazione del pubblico è esplosa durante la visione della prima puntata anche sui sociale media: su **Facebook** (con i 1.400.000 fans che fanno di Real Time la più ampia community italiana a target adulto per un brand tv); su **Twitter**, con un **più di un 1 tweet al secondo** durante tutta la durata del programma, l’hashtag **#bakeoffitalia** è stato costantemente al **3° posto tra i Trend Topic italiani** insieme a molti altri argomenti di discussione e sulla **App second screen BAKE OFF ITALIA**, che accompagnava la visione su smartphone con **contenuti extra, voting e video backstage**.

Grande coinvolgimento in rete e sul territorio fin dal mattino con l'operazione delle prime **"hashtag machine" in Italia** che, alla Stazione Centrale di Milano e a Roma Termini, hanno regalato oltre **15 mila biscotti** in cambio di un tweet o di un post su Facebook con #bakeoffitalia: **un'iniziativa senza precedenti che è diventata virale nel corso della giornata**.

*"Ancora una volta abbiamo superato le attese dei nostri clienti con una piacevole sorpresa, partendo, come nel nostro stile improntato a serietà e sobrietà, da stime di ascolto conservative al fine di tutelare le scelte di investimento dei nostri partner, più che mai attente in questo periodo. Confidiamo che la nostra affidabilità possa continuamente essere colta e premiata dal mercato, in particolare attraverso le nuove future sfide del 6 Nazioni di rugby su DMax e l'edizione di Amici di Maria de Filippi in day time dal [13 gennaio](#) su Real Time" - ha dichiarato **Giuliano Cipriani, VP, Direttore Generale di Discovery Media** - "Questa è la dimostrazione che la pubblicità contribuisce in modo concreto alla generazione di contenuti nuovi, di qualità e di successo, visto che Discovery reinveste una parte consistente dei suoi ricavi in nuove produzioni, motivo per cui ci opponiamo alla depressione dei prezzi di questo periodo, innescata da player poco lungimiranti, anche in termini di servizio verso il pubblico".*

“BAKE OFF ITALIA – DOLCI IN FORNO”, è il primo talent cooking show italiano dedicato al *bakery*, dal format internazionale dell’anno targato BBC prodotto da Magnolia per Discovery Italia.

Nella prima puntata i giudici **ERNST KNAM**, il ‘re del cioccolato’, e **CLELIA d’ONOFRIO**, autrice e curatrice in passato de Il Cucchiaino d’Argento, hanno eliminato l’allenatore di calcio **ROBERTO CORRADIN**. Restano in gara gli altri **8 concorrenti** per conquistare il titolo di **miglior pasticciere amatoriale d’Italia**.

Sito Ufficiale: bakeoffitalia.realtimetv.it - Twitter: [@bakeoffitalia](https://twitter.com/bakeoffitalia) @realtimetv - Facebook: www.facebook.com/realtimeitalia

Discovery Communications – Western Europe Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 1.5 miliardi di abbonati in oltre 200 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. In Western Europe, 17 brands Discovery raggiungono 274 milioni di abbonati con programmi dedicati in 13 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

Barbara Ferrieri | Consumer & Digital PR Director | T: +39 02.36006445 | E: barbara_ferrieri@discovery.com

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