

Tv. Presentati i palinsesti e DeeJay Tv

Discovery lancia la sfida generalista

Andrea Biondi
MILANO

Con la presentazione dei palinsesti autunnali, Discovery Italia ha ufficialmente lanciato la sua sfida nella tv generalista, con l'obiettivo di conquistare fette di pubblico grazie alla "sua" DeeJay Tv. Una sfida non da poco visto che in quell'arena, oltre agli editori storici, si sta allungando l'ombra di una Sky che sembra vicina a concludere con Viacom per l'acquisto del canale 8 sul quale ora va in onda Mtv.

A ogni modo, si respirava la classica atmosfera dei momenti di passaggio ieri durante la presentazione alla quale hanno partecipato Marinella Soldi, amministratore delegato di Discovery Italia e presidente e managing director di Discovery Networks Sud Europa; Alessandro Araimo, Coo Discovery Networks Sud Europa; Laura Carafoli, Svp programming di Discovery Italia e Giuliano Cipriani, vp e direttore generale della concessionaria Discovery Media. «La nostra è una storia di successo. In cinque anni siamo passati da uno share dello 0,4 al 7,5 per cento», ha spiegato Marinella Soldi smentendo nuovamente l'ipotesi che la vedrebbe in transito verso il vertice della Rai (si veda anche Il Sole 24 Ore dell'11 giugno). Niente numeri sugli obiettivi di share, ma la volontà dichiarata di «diventare un editore sempre più incisivo».

È in questa falsariga che si inserisce l'acquisizione di DeeJay Tv con la quale è stato spiegato, lo share arriva al 9,5% sul target commerciale 15-64. «Rappresentiamo un'opportunità per gli investitori. Eppure, c'è anche chi fra i competitor si spinge a dire che siamo sovrastimati», ha detto

Giuliano Cipriani. «Faccio solo presente - ha aggiunto - che raggiungiamo il 75% delle persone raggiunte dagli altri grandi gruppi». Intanto la raccolta (65,2 milioni di euro a gennaio-aprile, con crescita del 23,2% secondo elaborazioni sui dati Nielsen) risulterà in aumento in doppia cifra anche per il semestre «pur se in misura minore a quella stimata da Nielsen, visto che aprile e maggio sono stati mesi di crescita, ma minore», ha spiegato Cipriani.

IN CRESCITA

Incremento a due cifre per la raccolta pubblicitaria nei primi sei mesi
Al debutto Dplay, servizio di videostreaming gratuito

Discovery in Italia ha un portfolio di 14 canali - fra cui Eurosport, Real Time, Dmax, Focus, Giallo solo per citarne alcuni - distribuiti su diverse piattaforme fra free e pay, Dtt e satellitare. Gli occhi però finiscono inevitabilmente per essere puntati sulla nuova arrivata DeeJay Tv. Per il daytime, la rete manterrà lo storico programma con Linus "DeeJay chiama Italia", mentre nel prime time si alterneranno documentari (prodotti dalla società "Boats"), un reality con Vladimir Luxuria, oltre a film, quiz e serial.

L'altra principale novità sarà nel servizio di streaming Dplay, al debutto in Italia (gratuito), Svezia e Danimarca (con sottoscrizione) con contenuti originali e anche forme di pubblicità ad hoc (come canali brandizzati).

 @An_Bion

© RIPRODUZIONE RISERVATA

