



DISCOVERY ITALIA: UN'ESTATE ALL'8% DI SHARE SUL TOTALE INDIVIDUI CHE SUPERA IL 10% SUL TARGET COMMERCIALE 25-54

Il portfolio Discovery Italia sempre più forte: grandi performance in tutte le aree tematiche e ottimo debutto nella tv generalista con DeeJay Tv al canale 9 e del servizio Ott Dplay

Milano, 2 settembre 2015 – Record d'ascolti, ottimo debutto di DeeJay Tv e Dplay, successo delle nuove produzioni originali: è il bilancio positivo della stagione estiva di Discovery Italia che – forte di un portfolio multiplatforma di 14 canali - chiude con uno **straordinario 8% di share il periodo giugno-agosto** – in crescita del 15% rispetto allo scorso anno – e un **agosto particolarmente brillante con l'8,2% +9% rispetto ad agosto 2014**.

Performance ancora migliori sul **target commerciale - adulti 25-54 anni - con il 10,3% di share nel periodo giugno-agosto** – +21% rispetto allo scorso anno – e **agosto al 10,8%**, +12% rispetto ad agosto 2014. Un successo rafforzato dal lancio di Dplay, servizio di video streaming gratuito dei canali free to air che in soli due mesi ha raggiunto numeri incredibili: **3 milioni di video visualizzati, più di 2 milioni gli utenti unici**, 8,2 milioni le pagine viste e oltre 214mila i download dell'app.

Una crescita corale, in tutte le aree tematiche, che conferma il ruolo sempre più rilevante del portfolio di Discovery Italia e la sua centralità nel panorama televisivo italiano, con ben 5 canali stabilmente nella top 25 dei canali nazionali più visti. Performance sostenute dalla grande capacità di Discovery Italia di migliorarsi costantemente, attraverso programmi originali, idee innovative e la sperimentazione di nuovi linguaggi.

DeeJay Tv (canale 9) è il canale neo-generalista entrato nel portfolio Discovery lo scorso gennaio. Alla vigilia della nuova stagione - con nuove produzioni originali e una veste grafica totalmente rinnovata – DeeJay Tv ha da subito dimostrato il suo potenziale con un **ottimo 1% nel periodo giugno-agosto e punte giornaliere dell'1,2%**. Particolarmente buoni i risultati raccolti in prime time con i blockbuster **Spiderman** (519mila spettatori), **Karate kid** (407mila) e **Men in black** (397mila).

Straordinaria conferma per Real Time che, pur essendo al canale 31, si conferma ottavo canale nazionale con l'1,8% share – 4.1% sul target donne 20-49, con una crescita del +7% rispetto al 2014 e quinto canale per questo target – grazie al successo di programmi come **Vite al limite** (750mila spettatori la sera del 31 agosto, 3,6% share) e la produzione originale **Italiani-Made in China** (2,8% share sul totale individui e 5,4% sulle donne 20-49).

Ottimi risultati anche per DMAX (canale 52), che con uno share medio dell'1,4% si piazza nella Top 10 della classifica dei canali nazionali, in sesta posizione nel core target uomini 20-49 con il 3,5% share. Da segnalare i brillanti risultati delle quattro stagioni della nuova serie **Recupero Crediti** che, con uno share

medio del 2% sul totale individui e del 4.4% sul target uomini 20-49, ha portato DMAX ad essere l'ottavo canale e il quinto sul target di riferimento con picchi di oltre 400mila spettatori. Ma anche i "grandi classici" del canale hanno regalato soddisfazioni: la sesta stagione di **River Monsters** ha raccolto ottimi numeri il venerdì sera, con una media di 1.3% share e 2.9% sugli uomini 20-49 anni.

Giallo (canale 38) si conferma il canale del portfolio con la maggiore crescita anno su anno: nei mesi estivi viaggia su uno share di oltre l'1%, crescendo del +15% rispetto al 2014. Da segnalare in particolare **Bones**, con episodi che hanno superato la media di 427mila spettatori con l'1.7% share (3° miglior risultato di sempre per il canale).

Focus (canale 56) replica l'ottimo risultato ottenuto lo scorso anno, con uno share dello 0.8% sul periodo estivo. Particolarmente bene programmi come **Top Secret: Ipotesi di complotto**, che ha raggiunto ben 311mila spettatori (1.9% share). Ottimi risultati anche per **Marchio di Fabbrica**, che ha toccato 307mila spettatori (1.9% share). Focus ha inoltre festeggiato Ferragosto con il quarto miglior risultato in share di sempre (1.3% share).

Molto bene anche i canali dedicati ai più piccoli con K2 (canale 41) e Frisbee (canale 44) che raggiungono il 9.3% share nella fascia d'età 4-14 registrando una crescita annuale del +15%, con un picco del 12,4% lunedì 27 luglio. Tra i programmi più visti l'anteprima di **Alvin!!! And the Chipmunks**, con la premiere di venerdì 12 giugno che ha superato l'ascolto medio di 285mila spettatori.

Tante soddisfazioni sotto l'ombrellone anche per **Eurosport, grazie a tre mesi appassionanti e ricchi di importanti esclusive**. Dopo lo straordinario successo **Roland Garros** di tennis, che ha segnato un +12% rispetto all'edizione 2014 in termini di share e ha raggiunto ben 294mila spettatori (2.5% share) con la finale maschile tra Djokovic e Wawrinka, anche il ciclismo ha fatto incetta d'ascolti con il **Giro d'Italia** e il **Tour de France**, che sono cresciuti rispettivamente del +58% e del +39% anno su anno. Molto bene anche la **Vuelta di Spagna**, in pieno svolgimento, che con la nona tappa del 30 agosto ha totalizzato uno share dell' 1.4% (2.3% sul target uomini) assicurando al canale il secondo posto tra i canali pay durante la messa in onda.

Discovery Channel, che proprio quest'estate ha festeggiato 30 anni dalla sua nascita, si conferma leader dell'area Doc&Lifestyle di Sky con uno share pay pari allo 0.8% share. Un compleanno celebrato con un "pop up channel" sulla piattaforma Sky e un palinsesto esclusivo ricco di talent e titoli che hanno fatto la storia del canale: dai maghi dei motori Mike Brewer ed Edd China con **Affari a Quattro Ruote** al campione delle sfide al limite **Bear Grylls: L'ultimo sopravvissuto**, passando per la famiglia Hoffman de **La Febbre dell'oro**, gli esperti di sopravvivenza di **Dual Survival**, il trio di eroi dell'asfalto di **Top Gear**, fino ad arrivare al coraggioso Mike Rowe e i suoi **Lavori Sporchi**. Tra i titoli più performanti dell'estate la nuova stagione di **Acquari di Famiglia**, con una media di 72mila spettatori (1.8% share pay).