



ASCOLTI, L'AUTUNNO D'ORO DI DISCOVERY: IL PORTFOLIO SFIORA IL 7% DI SHARE E CRESCHE DEL +10% IN PRIMA SERATA

Share al 9% sul target commerciale 25-54 che sale al 9,3% sui Millennials

*Real Time, con l'1,6% di share, si conferma 8° canale nazionale
Nove cresce del +46% in prima serata con l'1.2% di share*

La reach online, digital e social del portfolio supera i 35 milioni di utenti

*Partenza boom a gennaio:
portfolio al 7,6% di share sugli individui e 10% sul target commerciale 25-54*

Milano, 12 gennaio 2017 – Discovery Italia mette il sigillo anche sull'autunno 2016 e archivia l'ennesima stagione di record negli ascolti. Nel periodo settembre-dicembre 2016 **l'intero portfolio ha raggiunto il 6,9% di share sugli individui, il 9% sul target commerciale 25-54, e il 9,3% sui Millennials, crescendo su tutte le fasce pregiate di pubblico.** Un trend ancora più significativo in prime time, dove il portfolio registra una crescita del +10% rispetto al 2015. E un andamento ancora migliore in questi **primi giorni del 2017 dove il portfolio raggiunge il 7,6% di share sugli individui e il 10% di share sul target commerciale 25-54.**

Accanto a questi straordinari numeri, cresce il consumo di contenuti anche sulle altre piattaforme: **nel 2016 il servizio Ott gratuito Dplay è stato utilizzato da oltre 12,5 milioni di utenti unici.** Crescono anche i **fan e i follower sulle pagine social, ormai oltre 13 milioni.** Nel complesso, Discovery grazie alle sue piattaforme online, digital e social nel 2016 supera una reach di 35 milioni di utenti.

Entrando nel dettaglio, **Real Time chiude un altro anno da incorniciare:** conferma la propria posizione di **8° canale nazionale** con l'1,6% di share nel giorno medio – miglior autunno di sempre – e **6° canale nazionale sulle donne 15-54** (+10% rispetto al 2015) e, tra i tanti successi, registra il record assoluto per *Bake Off Italia* che per la puntata finale ha superato i 2 milioni di telespettatori.

Ottime performance anche per Nove - pronto ad accogliere Maurizio Crozza nei prossimi mesi - che ha raggiunto l'1,1% di share **crescendo in autunno del +14%** rispetto al 2015. Particolarmente positiva la performance del canale in prime time che, con l'1.2% di share cresce del +46% rispetto al 2015. Tra i grandi successi della stagione il quiz *Boom!* di Max Giusti, con picchi di oltre il 2% di share.

Conferme anche per DMax, 6° canale nazionale sul target maschile 15-34, che con il film *Unto e Bisunto: la vera storia di Chef Rubio* ha registrato la miglior performance del 2016 con 659mila telespettatori e il 2,5% di share; per **Giallo** che ha ottenuto quest'anno il miglior risultato di sempre con la miniserie-evento *Dieci Piccoli Indiani*, 561mila telespettatori e 2,1% di share, e per **Focus**, sempre più spesso nella Top20 dei canali più visti.

Straordinarie performance anche per i canali kids: grazie a K2 e Frisbee, **Discovery è l'editore con la crescita più alta nel polo kids, +14%** nell'autunno 2016. Un successo trainato da Frisbee con la notevole crescita del tempo speso sul canale (+7% rispetto al 2015).

Il 2016 è stato anche un grande anno di sport per il gruppo. **Eurosport, che dal 1 gennaio 2017 è diventato ufficialmente "Home of the Olympics", nel periodo ottobre-dicembre cresce del +26% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.** Particolarmente brillanti in queste settimane le performance della Coppa del Mondo di sci, con gli atleti italiani grandi protagonisti. E anche i grandi eventi sportivi in onda sugli altri canali del portfolio hanno ottenuto quest'anno risultati particolarmente positivi: la **finale di Coppa del Re Barcellona-Siviglia** ha tenuto incollati al **Nove 772mila telespettatori con il 4% di share**, e i **match dell'Italrugby dell'RBS 6 Nazioni**, in onda su DMax e Nove, quest'anno hanno registrato **una crescita del +9% di share**, con una media di 653mila telespettatori.

Per ulteriori informazioni

Adriano Baioni | Corporate Communication Manager | E-mail: adriano.baioni@discovery.com

Sabrina Signorelli | PR Manager | E-mail: sabrina.signorelli@discovery.com