

# Ascolti Discovery: nel 2015 l'audience dell'offerta kids a +15% sull'anno precedente, raccolta oltre gli obiettivi

di Silvia Antonini

K2 e Frisbee confermano la performance positiva anche a gennaio 2016 sul target 4-14 anni; partita la nuova stagione televisiva, rafforzate le partnership con produttori come Xilan e Disney

L'offerta Discovery rivolta ai bambini ha inaugurato il 2016 con performance in significativa crescita e attività di licensing in aumento. I canali in onda sul digitale terrestre in chiaro K2 (canale 42) e Frisbee (canale 44) hanno generato l'anno scorso uno share medio dell'8,2% sul target 4-14, in crescita del 15% sul 2014; e la raccolta pubblicitaria, afferma l'editore, ha superato gli obiettivi stabiliti. In gennaio, sulla stessa fascia d'età, lo share è stato dell'8,1%, e sempre con un incremento del 15% rispetto al gennaio 2015, mentre sui 4-9 anni lo share raggiunge l'11,1% con punte del +28%. «I due canali sono perfettamente complementari - commenta Loredana Di Domenico, senior programming & content acquisition director Discovery Italia -, K2 si rivolge ai maschi dai 6 ai 9 anni, Frisbee a un pubblico di 4-7enni con un occhio di riguardo verso le bambine; ma gli ascolti sono equamente distribuiti. Frisbee, ieri (mercoledì 17 febbraio per chi legge, ndr), ha totalizzato una media del 5,5% sul target 4-14, un risultato record negli ultimi tre anni che conferma la scelta di posizionarlo su una fascia un po' più alta del prescolare. Frisbee è il canale della nostra offerta che cresce di più». La programmazione dei due canali è caratterizzata da alcune novità, sempre nell'ambito della natura comedy e action che caratterizza K2, e i temi dell'amicizia, della fantasia e del sogno che riguardano Frisbee. «Rafforziamo i rapporti privilegiati con produttori come la francese Xilan, da cui ci arriva la novità "Zig e Sharko 2" per K2, e con Disney, che ci ha dato la serie "Wander", in onda sullo stesso canale». Per quanto riguarda K2, oltre a programmi consolidati come "Alvin!!! And the Chipmunks", "Transformers: Robots in disguise", e "Pac-man

e le avventure mostruose", i programmi della stagione fino a maggio saranno: appuntamento fisso al lunedì con "Il Grande cinema", nuovi episodi di "Sonic boom" a febbraio, "Wander" in prima tv assoluta così come "Zig e Sharko 2" ad aprile. Confermati anche "Pokémon" e la nuova stagione di "Slugterra". Su Frisbee, oltre a "Littlest Per Shop", "Curioso come George", a marzo con nuovi episodi, e "Zack e Quack", ci saranno: gli inediti di "Little charmers" a febbraio e marzo; sempre a febbraio "Floopaloo", mentre ad aprile arriva la novità "Kikoriki", produzione realizzata in Russia da dove arrivano ultimamente titoli di grande successo, uno fra tutti "Masha e Orso". Questa nuova serie propone valori come amicizia, solidarietà e rispetto per l'ambiente. E da gennaio, ogni domenica, è partito il ciclo "Le storie incantate", fiabe per tutte le generazioni in onda ogni domenica alle 18:25. In autunno continuerà l'appuntamento con il cinema del lunedì e arriveranno i cortometraggi dei Minions. Prosegue anche l'attività nel campo del licensing curata da Discovery Media con marchi come "Oggy e i maledetti scarafaggi" che propone, per Pasqua, le uova di cioccolato in collaborazione con Nestlé, puzzle, libri e giochi educativi in partnership con Lisciani Giochi e, per l'inizio della scuola, l'abbigliamento bimbo firmato United Colors of Benetton. Inoltre, a seguito del successo di "Little charmers", da marzo a dicembre si intensificherà il programma licensing dedicato al programma, iniziando dalle categorie chiave per questa property: giocattoli Spinmaster, libri Giunti, puzzle, magazines, sticker album, linea scuola, food e uova di Pasqua. A sostegno dei vari programmi è in corso un'attività di marketing che propone ogni mese concorsi online legati alle diverse property.

