



DISCOVERY ITALIA: UN AUTUNNO DI NUMERI UNO

12 canali e oltre 5.000 ore di PRIME TV per un autunno all'insegna dell'innovazione

Milano, 4 settembre 2014 – Dopo un'estate da record, con un picco del 7,4% ad agosto che sale al 10% sul target commerciale 15-54, Discovery Italia, 3° editore tv nazionale per share, conferma la sua costante vocazione all'innovazione presentando una programmazione autunnale di *numeri uno*, con oltre 5000 ore di prime tv, 400 ore di produzioni originali e 50 ore di live sport.

Prime visioni che continueranno a sorprendere il pubblico con un'offerta che si sviluppa attraverso 12 canali in grado di offrire ogni sera un nuovo contenuto per diversi tipi di target. Un percorso esclusivo e trasversale all'interno del mondo Discovery che spazia dal docu-reality ai programmi per bambini, dal factual alla fiction, dallo sport ai reportage, dai talent show al lifestyle.

Una qualità editoriale che si traduce anche in qualità di profilo del pubblico. Il portfolio di Discovery attrae infatti quell'audience più difficile da trovare in televisione e più interessante per gli investitori pubblicitari, come attestano le ricerche di Auditel e di altri istituti qualificati: un pubblico più giovane, più dinamico, altamente istruito, di classe socio economico alta e con un comportamento di consumo più curioso ed esplorativo, come dimostra per esempio l'indice di concentrazione sul target adulti 15-44 (+47% rispetto alla media televisiva).

Tra le novità della stagione in arrivo, su **REAL TIME**, primo canale nativo digitale e 8° canale nazionale, oltre alla seconda edizione del talent cooking show "**Bake Off Italia**", un programma tv con una scrittrice di best seller, **Simonetta Agnello Hornby** che ci aprirà le porte della sua casa in Sicilia ne "**Il pranzo di Mosè**", mentre il ristorante stellato Alice all'interno di Eataly Milano sarà la location della docu "**La chef e la boss**".

Su **DMAX**, che si è attestato in estate come 2° canale nativo digitale e 9° canale nazionale, debutterà il primo talent show della rete, la produzione originale "**I Re della Griglia**" con il globe trotter Chef Rubio, l'allevatore-gourmant Paolo Parisi e il patron del ristorante l'Imbuto di Lucca, Cristiano Tomei. Inoltre per la prima volta DMax ospiterà una fiction: "**Houdini**", con il premio Oscar **Adrien Brody**, mentre per tutti gli appassionati di rugby, in arrivo in esclusiva i **Cariparma Test Match 2014**.

L'autunno di **FOCUS**, che ha registrato ad agosto una crescita del +33% vs 2013 con picchi dell'1,22% di share, si apre con un progetto inedito: "**METTITI A FOCUS!**". Grazie ad una campagna di recruiting attiva prima sul web e poi in tv, 4 ascoltatori potranno diventare "volti introduttivi" delle quattro principali aree tematiche del canale: ingegneria, storia, natura, spazio&scienza.

GIALLO, che cresce del **+12% anno su anno con una share dell'1,02%** e una permanenza pari a 58 minuti medi al giorno nel mese di agosto, incollerà allo schermo i telespettatori con l'esclusiva serie sulle intrigate storie dell'ispettore capo Tony Gates, protagonista di **"Line Of Duty"**. Inoltre Giallo è l'unico a proporre in Italia gli esclusivi titoli Factual Crime di Investigation Discovery, il canale cable americano campione di ascolti.

Grandi novità anche per i più piccini con la prima tv esclusiva del lungometraggio **"Oggy e i maledetti scarafaggi Il film"** in onda su **K2** e il primo programma prescolare, **"Doki"**, in prima tv su **Frisbee**.

Discovery Channel, che si conferma **1° canale nell'area Doc&Lifestyle di Sky**, trasmetterà invece in esclusiva prima tv **"Klondike"**, la prima miniserie televisiva prodotta da Discovery.

Discovery Italia ha un portfolio di 12 canali distribuiti su diverse piattaforme: digitale terrestre free (Real Time, DMAX, Giallo, Focus, e i canali per bambini K2 e Frisbee); SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1 e in HD, DMAX/+1, Giallo, Focus, K2, Frisbee e GXT/+1), Mediaset Premium (Discovery World) e TivùSat (Real Time, DMAX).

Il portfolio **contatta ogni mese 44 milioni di persone** (pari al **75% della popolazione**).

Discovery Communications – Western Europe Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 2.5 miliardi di abbonati in oltre 220 paesi. Discovery stimola i telespettatori a esplorare il mondo e a soddisfare la loro curiosità con oltre 200 networks in tutto il mondo, tra cui Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Investigation Discovery e Discovery Science e anche il network statunitense nato dalla joint venture OWN: Ophra Winfrey Network, the Hub Network. Discovery è anche leader nell'offerta di servizi e prodotti educational e un portfolio di servizi digitali che comprende Discovery Digital Networks. In Western Europe, 24 brands Discovery raggiungono 435 milioni di abbonati con programmi dedicati in 9 lingue.

Discovery Italia

In Italia, Discovery è presente dal 1997. Oggi Discovery è il terzo editore televisivo italiano per share complessiva con un portfolio di 12 canali distribuiti su diverse piattaforme: digitale terrestre free (Real Time, DMAX, Giallo, Focus, e i canali per bambini K2 e Frisbee); SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1 e in HD, DMAX/+1, Giallo, Focus, K2, Frisbee e GXT/+1), Mediaset Premium (Discovery World) e TivùSat (Real Time, DMAX).

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

DISCOVERY ITALIA

Gianluca Capaldo: gianluca_capaldo@discovery.com Tel: +39 02 36026856 - Cell: +39 393 2883766

Daniela Capra: daniela_capra@discovery.com Tel: +39 02.36006482 – Cell: +39 338 9071658

LAPRESSE SPA

Lara Cecere lara.cecere@lapresse.it / Francesca Ramasso Valacca ufficio.stampa@lapresse.it Tel. 02 26305578

DOPPIA ELICA

Giulia Balestrieri g.balestrieri@doppiaelica.com - Tel. 02 40303461 / Alessandra Colao a.colao@doppiaelica.com - Tel. 02 40 30 34 60