

IN ITALIA  
**Discovery Italy  
nel 2015 è  
diventato il terzo  
editore tv**  
a pag. 23

Il gruppo archivia il 2015 come terzo editore tv nazionale

## **Discovery Italia, share al 6,4% e ascolti su del 9%**

Pagina a cura

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

**I**l gruppo **Discovery Italia** guidato da **Mari-nella Soldi** archivia il 2015 come terzo editore televisivo nazionale (dietro a Rai e Mediaset, e davanti a Sky e La7) con il 6,4% di share medio nelle 24 ore e una crescita degli ascolti del 9% rispetto al 2014, la più alta fra tutti gli editori tv. Pure la raccolta pubblicitaria marcia a pieno ritmo, e dovrebbe chiudere l'anno con un incremento vicino al 20% rispetto all'esercizio precedente, in cui i ricavi da advertising si erano fermati a 146 milioni di euro ma non comprendevano ancora la raccolta di **Deejay tv**.

**Real Time** è il primo canale nativo digitale per audience nel 2015, e l'ottavo a livello nazionale, dietro i sette tradizionali generalisti. Il suo target d'eccellenza è ovviamente quello femminile, dove ha il 3,2% di share medio nel segmento 20-49 anni. **Dmax** è il primo canale digitale sugli uomini, con il 3,1% di share sul segmento 20-49 anni, mentre **Deejay tv** è stabilmente all'1% di share. **Giallo** e **Focus** hanno chiuso l'anno con una media, rispettivamente, dello 0,9 e 0,8% di share, mentre **K2** e **Frisbee** raccolgono l'8,2% di share nel target 4-14 anni, con una crescita del 15% sul 2014.

Sempre nel 2015 ha debuttato **Dplay**, servizio over the top gratuito che consente di vedere su qualunque device e in qualunque momento i programmi del portfolio free di **Discovery**: in poco più di sei mesi ha raggiunto 6,6 milioni di utenti unici e 15,8 milioni di video visualizzati, con un tempo medio per singola visualizzazione



superiore a 18 minuti.

Infine, lo scorso 29 dicembre, è stata approvata la fusione per incorporazione di Eurosport spa in Discovery Italia. Il canale sportivo, in onda su Sky e Premium, ha chiuso l'anno con lo 0,6% di share sull'offerta pay, miglior risultato di sempre, in crescita del 36% sul 2014.

— © Riproduzione riservata — ■

