



30 maggio 2014

## **DISCOVERY COMMUNICATIONS COMPLETA L'ACQUISIZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DI CONTROLLO DI EUROSPORT INTERNATIONAL**

- La partecipazione maggioritaria in Eurosport rafforza la posizione di Discovery come operatore di Pay-TV numero 1 al mondo grazie all'espansione nel campo della programmazione sportiva.
- Il brand e il business di Eurosport beneficeranno del genio operativo, dell'esperienza locale e delle piattaforme globali di Discovery.
- L'incremento del "reach" e delle dimensioni, unite a maggiori investimenti su contenuti imperdibili, genereranno un maggiore valore per gli inserzionisti, i soci e il pubblico in tutta Europa e Asia.

(Silver Spring, Maryland e Parigi, Francia) – Discovery Communications (Nasdaq: DISCA, DISCB, DISCK) ha oggi annunciato il completamento dell'acquisizione della partecipazione di controllo di Eurosport International, il principale gruppo europeo nel settore dell'intrattenimento sportivo. Discovery ha accresciuto la propria partecipazione in Eurosport dal 20% al 51% nell'ambito di una più ampia partnership strategica con TF1 Group che ha avuto inizio nel dicembre 2012.

Discovery è stata nel 1989 una delle prime media company statunitensi ad aver lanciato nuovi canali in Europa, investendo in modo costante e ingente nella propria attività internazionale per 25 anni. Oltre ai sei canali pay di Eurosport (Eurosport, Eurosport HD, Eurosport 2, Eurosport 2 HD, Eurosport Asia-Pacific ed Eurosportnews), Discovery Communications attualmente gestisce più di 210 reti TV in tutto il mondo, per un totale di 2,7 miliardi di abbonati.

"Oggi è un giorno entusiasmante per Discovery Communications e per la nostra leadership come primo operatore di pay tv nel mondo. Eurosport è una soluzione strategica perfetta per incrementare le quote di mercato, rafforzare i rapporti con gli inserzionisti e i soci e per offrire un contenuto imperdibile agli spettatori più appassionati di tutto il mondo", afferma David Zaslav, Presidente e Amministratore delegato di Discovery Communications. "Combinando l'apprezzata programmazione sportiva di Eurosport con i brand globali e l'esperienza locale di Discovery, continueremo a trarre vantaggio dalla crescita internazionale della pay-TV e a creare un valore a lungo termine per i nostri azionisti".

Discovery intende prendere decisioni strategiche a lungo termine ed effettuare investimenti mirati volti a rafforzare e a espandere i servizi e la programmazione sportiva di Eurosport per coltivare e aumentare

il pubblico e la diffusione di Eurosport. Come parte di questo impegno, Discovery lavorerà con l'amministrazione e i dipendenti di Eurosport su un piano aziendale di lungo termine volto a ottimizzare completamente i canali di Eurosport all'interno dell'insieme di reti globali di Discovery.

"Insieme, Discovery ed Eurosport sono indubbiamente più forti. Discovery ha costruito il business di pay-TV internazionale di maggior successo tra tutti i media, e siamo lieti di utilizzare questa esperienza per rafforzare ulteriormente la programmazione e le piattaforme di Eurosport", afferma Jean Briac Perrette, Presidente di Discovery Networks International. "Desideriamo ringraziare TF1 per aver guidato Eurosport International e per averci offerto questa splendida opportunità di sviluppo della nostra partnership".

"Eurosport è pronta per la sua prossima fase di crescita e ritengo che non ci sia un partner migliore di Discovery per trasformare questa idea in realtà", dichiara Nonce Paolini, Presidente e Amministratore delegato di TF1. "Discovery ha attuato una strategia di investimento a lungo termine che crea valore per gli inserzionisti, i soci e il pubblico in tutto il mondo".

Il prezzo di chiusura per Eurosport International si è basato su una valutazione media dell'azienda di Eurosport Group pari a € 902 milioni (circa \$ 1,2 miliardi) che in parte corrisponde alla valutazione iniziale e in parte alla valutazione maggiore legata al controllo della società. Da tale valutazione del gruppo, è stato dedotto il valore di Eurosport France (€85 milioni, circa \$ 115 milioni). TF1 desidera mantenere la propria partecipazione in Eurosport France almeno fino al 1° gennaio 2015. Inoltre, la chiusura odierna non ha un impatto sugli altri due elementi dell'accordo originario, la partecipazione del 20% che Discovery ha acquisito nei canali TV Breizh, Histoire, Ushuaïa TV e Stylia e l'alleanza per la produzione con TF1 Group. TF1 manterrà la possibilità di esercitare un'opzione PUT per il rimanente 49% in Eurosport International, che potrebbe potenzialmente aumentare la partecipazione di Discovery al 100%.

### **Informazioni su Discovery Communications**

Discovery Communications (Nasdaq: DISCA, DISCB, DISCK) è l'operatore di Pay-TV numero 1 al mondo con un totale di 2,7 miliardi di abbonati in più di 220 paesi e territori. Discovery vuole soddisfare la curiosità, coinvolgere e intrattenere gli spettatori con contenuti di qualità con più di 210 reti televisive al mondo, tra cui Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Investigation Discovery e Science, nonché la rete USA in joint venture OWN: Oprah Winfrey Network. Discovery controlla inoltre Eurosport International, un gruppo di intrattenimento sportivo di primo livello che comprende sei reti pay-TV in Europa e Asia. Discovery è anche leader nel campo dei prodotti e dei servizi educativi per scuole, come la premiata serie di libri di testo digitali K-12, e leader digitale con un portafoglio online diversificato che comprende Discovery Digital Networks. Per ulteriori informazioni, visitare [www.discoverycommunications.com](http://www.discoverycommunications.com).

### **Informazioni su Eurosport**

Nel 2014 Eurosport festeggia i 25 anni di leadership nella trasmissione di eventi sportivi dal vivo e nell'innovazione digitale.

L'Eurosport Group è il gruppo di intrattenimento sportivo leader in Europa. Eurosport è il primo canale TV paneuropeo, trasmette in 20 lingue e raggiunge 135 milioni di famiglie in 54 paesi. Eurosport HD è il

simulcast ad alta definizione di Eurosport. Eurosport 2 trasmette a 72 milioni di famiglie in 18 lingue di 51 paesi. Eurosport 2 HD è stata lanciata ad agosto 2009. Eurosport Asia-Pacific raggiunge 16 paesi nella regione e ha lanciato un canale HD a settembre 2011. Eurosportnews è il canale di attualità sportiva trasmesso in tutto il mondo. Eurosport.com, la destinazione sportiva online numero uno in Europa, ha più di 23 milioni di utenti unici al mese (comScore) su una rete internazionale di siti web sportivi in 11 lingue, tra cui i siti a marchio congiunto con Yahoo! in Germania, Spagna, Italia e Regno Unito. Le applicazioni per mobile gratuite di Eurosport.com sono disponibili in 10 lingue. Eurosport Player, il servizio di TV online di Eurosport, offre lo sport IN DIRETTA e on-demand sui PC dei tifosi in 53 paesi e l'applicazione Player è disponibile da mobile, tablet e dalle TV connesse in ben 40 paesi. Eurosport Events è la divisione del gruppo specializzata nella gestione e nella promozione degli eventi sportivi internazionali.

## **CONTATTI**

*Per Discovery Communications:*

### Comunicazioni globali

Michelle Russo, +1 240-662-2901, [Michelle\\_Russo@discovery.com](mailto:Michelle_Russo@discovery.com)

### Relazioni con gli investitori

Craig Felenstein, +1 212-548-5109, [Craig\\_Felenstein@discovery.com](mailto:Craig_Felenstein@discovery.com)

*Per TF1:*

### Comunicazioni aziendali

Virginie Duval, +33 1 41 41 29 59, [vduval@tf1.fr](mailto:vduval@tf1.fr)

### Relazioni con gli investitori

Christine Bellin, +33 1 41 41 27 32, [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)