



1 MILIONE DI FAN SU FACEBOOK

Real Time celebra il traguardo rendendo protagonista la sua community, on air e sulla piattaforma social

Milano, 03 maggio 2013 – **Real Time**, il canale d'intrattenimento al femminile del gruppo Discovery, **raggiunge il traguardo del milione di fan su Facebook** (www.facebook.com/realtimeitalia) che celebra con un promo on air (<http://www.youtube.com/watch?v=zyart7l6FqE>) costruito insieme alla community. Da Venerdì 2 Maggio è infatti stato lanciato sulla fan page e sul canale YouTube e da Domenica è in rotazione on air sul canale il video che raccoglie le dediche dei fan, a cui fa seguito il claim: "Se ti piace Real Time, a Real Time piaci tu".

Dalla sua nascita (Settembre 2010) ad oggi, **la community di Real Time** è cresciuta costantemente registrando negli ultimi 12 mesi **una media di 56.000 nuovi fan ogni mese** e uno straordinario incremento del **+ 211% rispetto allo scorso anno** (dati: apr.2012-apr.2013). L'innovazione e la duttilità dei contenuti proposti sono riusciti a raggiungere efficacemente un target di utenti ampio e molto esigente composto per l'86% da donne di età compresa tra i 13 e i 44 anni. Nel ranking nazionale, Real Time si posiziona dunque al vertice tra i brand televisivi:

CANALI TV e PAGINE FACEBOOK IN ITALIA (Fonte: Facebook al 2/05/2013)

1. MTV	1.368.192
2. Real Time	1.002.060
3. Sky Sport	925.540
4. Cielotv	403.933
5. Fox Italia	381.102
6. DMAX Italia	288.235
7. National Geographic Channel Italia	259.564
8. Fox Crime	254.822
9. Fox Life	203.494
10. Sky Cinema	199.521

La chiave di questa inarrestabile crescita risiede nel ricco bouquet di **contenuti esclusivi proposti**: contest, canvas app dedicate, anticipazioni, premi, dietro le quinte dei programmi più amati, promo e anche intervento diretto dei talent che commentano live i programmi.

Il file rouge della strategia social di Real Time è stimolare la **curiosità** e l'**engagement** del pubblico che risponde sempre attivamente alle iniziative proposte:

"Con il milione di utenti facebook appena raggiunto, grazie al lavoro del team guidato da Barbara Ferrieri, abbiamo segnato un traguardo doppiamente importante: da un lato la conferma dell'entusiasmo del pubblico che ci segue nella duplice veste di spettatore e di utente attivo; dall'altro la dimostrazione che abbiamo scelto una strategia vincente fondata sull'interazione continua con i nostri fan. Siamo il primo brand TV ad avere raggiunto una tale coerenza di linguaggio, contenuti e seguito sia sul canale TV che nell'ecosistema digital e social. Non resta che proseguire su questa strada e continuare ad osare mettendoci alla prova su nuove forme di integrazione mediatica fra on-air, online, e off-air, con un'attenzione crescente per il mobile." dichiara **Paolo Lorenzoni, Vice President Marketing & Digital di Discovery Italia.**



Molte le iniziative che hanno incontrato progressivamente l'entusiasmo dei fan:

- Parlando infatti di mobile, l'app di "Torte in corso" con **oltre 140.000 download** (terza app più scaricata su iTunes store in Italia nella settimana dell'8 Aprile) registrati fino ad oggi, accompagna quotidianamente gli utenti alla scoperta del mondo del cake design con le sue ricche funzionalità e, attraverso il gaming, ha portato in tv con bumper grafici dedicati le foto delle migliori creazioni degli utenti da loro stessi condivise con la community;
- i **concorsi** come "I paint my life" che mixano in modo originale l'idea di contest e quella di tutorial/apprendimento.
- i primi esperimenti di **Social TV** dedicati rispettivamente a "Clio Makeup" e "Shopping Night 2" che, grazie alle speciali piattaforme create ad hoc su Facebook, hanno permesso ai fan commentare live ogni episodio del programma insieme ai propri amici e di accedere a numerosi contenuti extra.
- le **CanvasApp** che trasformano le caratteristiche distintive di ogni programma in un divertente strumento di interazione con i propri amici con risultati straordinari: solo nelle ultime 2 settimane sono stati **oltre 30.000 i test** de *L'eleganza del tuo maschio*, il nuovo programma in day time di Enzo Miccio in onda dal 13 maggio, che permette alle fan/telespettatrici di testare a quale di tipologia di maschio appartenga il proprio compagno tra le 30 tipologie individuate da Enzo Miccio.

Tutte queste iniziative sono un'eccezionale amplificazione di visibilità anche per i brand che già lavorano in partnership con Real Time e costituiscono un'opportunità per costruire risultati quantitativi (in particolare di reach) e di relazione (engagement) con il pubblico/community sempre più rilevanti.

Discovery Communications – Western Europe Discovery Communications (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK) è la media company leader mondiale per contenuti non fiction con oltre di 1.5 miliardi di abbonati in oltre 200 paesi. Discovery stimola i telespettatori a esplorare il mondo e a soddisfare la loro curiosità con oltre 140 networks in tutto il mondo, tra cui Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Discovery Science e Discovery HD e anche il network statunitense nato dalla joint venture OWN: Ophra Winfrey Network, the Hub e 3net, la prima rete 24/h 3D. Discovery è anche leader nell'offerta di servizi e prodotti educational e un portfolio di servizi digitali che comprende HowStuffWorks.com. In Western Europe, 17 brands Discovery raggiungono 274 milioni di abbonati con programmi dedicati in 13 lingue.

Discovery Italia

In Italia, Discovery è presente dal 1997. In seguito all'acquisizione del 100% di Switchover Media operata a gennaio 2013, oggi Discovery è il terzo editore televisivo italiano per share complessiva con un portfolio di 12 canali distribuiti su diverse piattaforme: SKY (Discovery Channel/+1 e in HD, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Real Time/+1, DMAX e GXT/+1), Mediaset Premium (Discovery World) e digitale terrestre free (Real Time, DMAX, Giallo, Focus, e i canali per bambini K2 e Frisbee).

Per ulteriori informazioni Ufficio stampa – Doppia Elica

Giulia Balestrieri – g.balestrieri@doppiaelica.com

Tel. 02 40 30 32 56

Alessandra Colao – a.colao@doppiaelica.com

Tel. 02 40 30 32 54

Stefania Lazzaroni | Communications & Talent Director | T: +39 02.36006459 | E: stefania_lazzaroni@discovery.com

Daniela Capra | Communication Coordinator | T: +39 02.36006482 | E: daniela_capra@discovery.com