

## GIUGNO DA RECORD ed ESTATE IN CRESCITA

### L'estate non frena gli ascolti di Discovery: il portfolio supera il 6% di share e previste performance in salita

Milano, 4 luglio 2013 – I canali **Discovery** chiudono un mese da **record** raggiungendo a **giugno** il miglior risultato in assoluto del network con l'intero portfolio con **6,4% di share** (ind. 4+) e **732k spettatori in media al giorno** e l'estate promette performance di ancora maggior rilievo.

Commenta **Giuliano Cipriani, Direttore generale di Discovery Media**: *“Le performance del portfolio Discovery sono straordinarie. Siamo orgogliosi di poter offrire ai nostri clienti un ventaglio di canali di qualità come Real Time, Dmax e Discovery Channel ai quali si sono recentemente aggiunti Giallo e Focus. A fronte di un calo generalizzato degli ascolti televisivi nel periodo estivo – con punte del -20% - i nostri canali garantiscono ascolti stabili ed un'offerta editoriale di qualità anche durante l'estate. Le audience share del nostro portfolio, toccano l'8% sui target commerciali più interessanti, come gli **adulti 25-54 anni** e addirittura si avvicinano al **9% sui 15-34 anni**. In una battuta si può dire che **l'estate spegne la TV e Discovery accende l'intrattenimento**”.*

#### Giugno da Record

La percentuale di share di portfolio raggiunge il 6,4% di share (ind. 4+) a giugno e del **7,6% sul core target** di donne e uomini 20-49 anni. Un record confermato anche considerando solo i **canali gestiti da Discovery Media** (ovvero tutto il portfolio esclusi i canali Kids e GXT di Switchover Media).

- **Real Time** registra un picco di **222k amr** e uno share con l'1,95% (**+17% anno su anno**). Sul proprio core target (donne 20-49) si è posizionato al **5° posto** tra le reti più seguite con una **share del 4,3%**. (superando anche le generaliste RaiTre, Rete4, La7). Fra i programmi trainanti: *Io e la mia ossessione* (con 707k amr e 5.6% shr su ind 4+ e l'11% sulle donne 20-49 è il top title del mese), l'ottimo esordio di *Randy: Sos matrimoni* (5,3% shr su donne) che insieme a *Ma come ti vesti* si conferma tra i programmi più visti della rete.
- **DMAX** a giugno **crece con un eccellente 79% rispetto all'anno precedente** con un solido 1,4% di share (ind. 4+) e un più alto **3,2% shr sul proprio core target** (maschi 20-49) che lo colloca al 7° posto tra i canali più visti. *Unti e Bisunti*, la nuova produzione DMAX, si aggiudica il 4° posto tra i programmi più visti del mese, dietro *Man vs Food*, top title con il 5,7% di share sui maschi 20-49.
- **Giallo** raggiunge il suo **secondo miglior risultato dal lancio con lo 0,95% shr** e si colloca al **6° posto nel ranking di canali per tempo medio speso** (55 minuti medi al giorno). *Crossing Jordan* e *Shark*, best performing titles, registrano rispettivamente un audience dell' 1,5% e 1,7% di share.
- **Focus** e **Discovery Channel/+1** registrano rispettivamente l'1,1% e il 2,12% di share sul target di riferimento. **Focus** registra a giugno il suo **miglior risultato di sempre con lo 0.6% di share**, in salita allo 0,7% nel weekend e in **aumento del 24%** rispetto a maggio. Pillars del canale *Into the unknown* (226k amr, 1,7% shr), seguito da *The Universe* (219k amr, 1,5% shr). **Discovery Channel/+1**, con 20k amr, mantiene la **leadership dell'area 400** e segna il suo **nuovo record mensile di share** con l' 1,04%. Il programma di fascia prime time *Sirene – il mistero svelato* raggiunge e supera lo share di canale, ottenendo il 3,7% shr.
- Performance in crescita anche di **K2** e **Frisbee** il cui ascolto combinato raggiunge il 9% di share sul target 4-14.



**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](http://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](mailto:g.balestrieri@doppiaelica.com)

Tel. 02 40 30 34 61

Alessandra Colao – [a.colao@doppiaelica.com](mailto:a.colao@doppiaelica.com)

Tel. 02 40 30 34 60

Stefania Lazzaroni | Communications & Talent Director | T: +39 02.36006459 | E: [stefania\\_lazzaroni@discovery.com](mailto:stefania_lazzaroni@discovery.com)

Daniela Capra | Communication Coordinator | T: +39 02.36006482 | E: [daniela\\_capra@discovery.com](mailto:daniela_capra@discovery.com)