

Discovery Media, al via la raccolta pubblicitaria di Eurosport in Italia

Da gennaio 2015 il portafoglio della concessionaria di Discovery Italia si arricchisce dell'offerta Eurosport sulle diverse piattaforme: tv, web e mobile

La concessionaria downloadADV continuerà a seguire la raccolta del canale a livello paneuropeo

Milano, 17 novembre 2014 – A partire da gennaio 2015 Discovery Media, la concessionaria di pubblicità di Discovery Italia, arricchirà la propria proposta commerciale con l'offerta di Eurosport in Italia, lavorando in partnership con il broadcaster sportivo. Discovery Media insieme ad Eurosport si occuperà della raccolta dei due canali televisivi - in onda su Sky e Mediaset Premium - del sito web, oltre che dell'offerta per i dispositivi mobile.

downloadADV, la concessionaria che già oggi segue la raccolta pubblicitaria a livello paneuropeo, continuerà ad occuparsi del mercato internazionale, affiancando così la nuova attività di Discovery Media per l'Italia.

Grazie a questa importante novità - che arriva dopo l'acquisizione della quota di controllo di Eurosport da parte di Discovery Communications lo scorso maggio - Discovery Media arricchisce il proprio portafoglio con l'offerta del più importante broadcaster europeo sportivo, forte di un palinsesto che spazia dal calcio al tennis, dai motori alla boxe, dagli sport invernali al ciclismo e molto altro. Una programmazione completa, ricca di contenuti di primo piano e in grado di appassionare milioni di telespettatori in tutto il mondo.

Giuliano Cipriani, Direttore Generale Discovery Media, dichiara: *“L'ingresso dell'offerta Eurosport nel portafoglio di Discovery Media rappresenta una grande opportunità per gli investitori e un'importante leva per la crescita della nostra divisione. Oggi siamo in grado di proporre al mercato un'offerta che si basa su contenuti di qualità, innovativi, appassionanti e con un linguaggio che si integra perfettamente con gli obiettivi di comunicazione dei nostri clienti. Il “sistema” Eurosport, dai canali tv al web e al mobile, permetterà a Discovery Media di ampliare ulteriormente l'offerta sui target maschili e di rafforzare il suo posizionamento nello scenario competitivo attuale”.*

Discovery Media, nata nel 2012, ha accresciuto il proprio peso nel panorama italiano delle concessionarie grazie anche a un modello di comunicazione innovativo e a proposte commerciali studiate *ad hoc* con i clienti, basate su vicinanza di valori e di brand. Oggi Discovery Media raccoglie la pubblicità per i canali gratuiti Real Time, DMax, Giallo, Focus e per quelli a pagamento Discovery Channel, Discovery Science, Discovery Travel&Living, Animal Planet, Discovery World.

Per ulteriori informazioni:

Adriano Baioni | Corporate Communication Manager | T: +39 02.36006844 | E: adriano_baioni@discovery.com