

## CONTATTI:

Media

Catherine Frymark

[Catherine\\_Frymark@discovery.com](mailto:Catherine_Frymark@discovery.com)

+1-240-662-2934

Relazioni con gli investitori

Andrew Slabin

[Andrew\\_Slabin@discovery.com](mailto:Andrew_Slabin@discovery.com)

+1-212-548-5544

## **DISCOVERY COMMUNICATIONS COMPLETA L'ACQUISIZIONE DI SCRIPPS NETWORKS INTERACTIVE: CAMBIA IL NOME DELLA SOCIETÀ IN DISCOVERY INC.**

*Nasce il nuovo leader globale nel real life entertainment su tutti gli schermi*

- **Il gruppo conta su cinque delle principali reti via cavo a target femminile negli USA che raggiungono il 20% delle donne che guardano la pay-TV in prima serata**
- **Innovazione su tutte le piattaforme con una media di 7 miliardi di video views mensili di short-form e mid-form**
- **Casa dei Giochi Olimpici e leader nello Sport in Europa**
- **Presente in oltre 220 Paesi e territori in 50 lingue e 8.000 ore di programmazione originale**

SILVER SPRING, Maryland, 6 marzo 2018 – Discovery Communications, Inc. (Nasdaq: DISCA, DISCB, DISCK) ha annunciato oggi di aver completato con successo la propria acquisizione di Scripps Networks Interactive Inc. (Nasdaq: SNI). Nel nuovo assetto, l'azienda sarà ufficialmente nota con il nome Discovery, Inc.

*“Oggi è un altro momento storico per Discovery: diventiamo una media company ancora più distintiva, grazie a un portfolio che include i brand per tutta la famiglia più rilevanti al mondo”, ha affermato **David Zaslav, President & CEO Discovery**. “Come leader globale nel real life entertainment, Discovery raggiungerà un’audience appassionata, con contenuti in grado di ispirare, informare e intrattenere su tutti gli schermi. La società fornirà agli inserzionisti e ai distributori nuove modalità per raggiungere su larga scala un pubblico altamente profilato e creerà nuovo valore e nuove opportunità di crescita per tutti gli stakeholder.”*

Il cambio del nome in Discovery, Inc. rappresenta una rinnovata strategia focalizzata sulle aree in cui Discovery si distingue attraverso i generi più amati dal pubblico, e un impegno a favore dei superfan che desiderano esplorare il proprio mondo su ogni schermo, servizio e piattaforma.

Si prevede che l'acquisizione porterà a una crescita graduale dell'utile per azione e del free cash flow nel primo anno dopo il closing, incluse importanti sinergie di costo. Si prevede inoltre che l'unione delle aziende creerà un forte modello economico con capacità di ripianamento rapido del debito e un percorso agevolato di crescita e di creazione di valore.

Kenneth W. Lowe, ex Chairman, President & CEO di Scripps Networks Interactive, entrerà a far parte del Board of Directors di Discovery con effetto immediato.

*“L’acquisizione di Scripps Networks International è una nuova grande tappa per il nostro gruppo.” ha dichiarato **Marinella Soldi, Chief Strategy Officer EMEA & Managing Director Southern Europe Discovery** “Da sempre cerchiamo di sorprendere il pubblico con contenuti originali e di qualità, servizi innovativi e talent capaci di entrare nel cuore degli appassionati. Un’ambizione che è un vero motore in Italia e nel Sud Europa e fonte di ispirazione per tutti gli altri Paesi in cui è presente Discovery. L’operazione con Scripps renderà il portfolio ancora più ricco e completo, consentendoci un ulteriore salto di qualità, grazie a contenuti proprietari molto appetibili - utilizzabili sulle piattaforme lineari e non, in svariati formati - e pienamente coerenti con il resto dell’offerta.”*

Gli azionisti di Scripps riceveranno \$90 per azione costituiti da \$65.82 per azione in contanti e 1.0584 per azione convertite in azioni ordinarie Discovery Series classe C valutate in base al prezzo medio ponderato (soggetto a procedure di scelta e ripartizione proporzionale) in base ai termini stabiliti dall’accordo di fusione. Questo include un pagamento cash di \$2.82 per azione relativamente alla precedente decisione di Discovery di esercitare l’opzione di cash top up previsto dall’accordo di fusione.

### **Discovery:**

Discovery, Inc. (Nasdaq: DISCA, DISCB, DISCK) è il leader globale del real life entertainment che raggiunge un’audience globale appassionata, con contenuti in grado di ispirare, informare e intrattenere. Discovery produce oltre 8,000 ore di contenuto originale ogni anno ed è leader nei contenuti di tutti i generi più amati al mondo. Presente in 220 Paesi e territori in 50 lingue, Discovery raggiunge i telespettatori attraverso ogni schermo grazie a servizi come le app di GO, Discovery Kids Play, i servizi di streaming direct-to-consumer Eurosport Player and Motor Trend OnDemand e contenuti nativi digitali e social del Gruppo Nine Media. Il portfolio Discovery include prestigiosi brand fra cui: Discovery Channel, HGTV, Food Network, TLC, Investigation Discovery, Travel Channel, Turbo/Velocity, Animal Planet e Discovery Science, oltre a OWN: Oprah Winfrey Network negli Stati Uniti, Discovery Kids in America Latina, ed Eurosport, Casa dei Giochi Olimpici in Europa. Per ulteriori informazioni, visitate il sito [www.corporate.discovery.com](http://www.corporate.discovery.com) e seguite @DiscoveryInc sui social.