

2019: ANNO RECORD PER GLI ASCOLTI DI DISCOVERY ITALIA

- ✓ Portfolio al **7,4% di share nelle 24 ore (+9% vs 2018)** sul pubblico totale
- ✓ Si conferma la crescita del portfolio anche in prime time: **6,3% di share sul pubblico totale e +12% vs 2018**
- ✓ Oltre **1,2 milioni di spettatori in autunno per l'access prime time di Nove, Real Time e DMAX +50% di share rispetto al 2018**
- ✓ **NOVE cresce all'1,7% di share nel prime time (+15% vs 2018) e raggiunge la nona posizione tra i canali nazionali in questa fascia**
- ✓ **Anno d'oro anche per Real Time: 1,7% di share sul totale individui (+25% vs 2018) e 3% share sul pubblico femminile 15-54**

Milano, 09 gennaio 2019 - Discovery Italia chiude un 2019 da record e registra il miglior anno di sempre con il **7,4% di share nelle 24 ore sul pubblico totale (+9% vs 2018)**, share che sale al **9,7% sul target commerciale 25-54 (+5% vs 2018)**, confermando anche nel 2019 la **terza posizione fra gli editori nazionali**. Una crescita sempre più solida anche in prima serata dove il gruppo raggiunge **6,3% di share (+12% vs 2018)**.

Il 2019 è stato anche l'anno dove il gruppo si è affermato nella fascia sempre più ambita e pregiata dell'**access prime time: i primi 3 canali del portfolio** – NOVE, Real Time e DMAX - in autunno hanno raggiunto complessivamente **1.200.000 telespettatori e oltre il 5% di share**, registrando una crescita del **+50% di share** rispetto al 2018 con **"DEAL WITH IT"**, titolo rivelazione del NOVE, **"CORTESIE PER GLI OSPITI"**, grande ritorno di Real Time e **"NUDI E CRUDI"** su DMAX.

Laura Carafoli, SVP Chief Content Officer Discovery: *"Siamo estremamente soddisfatti di questi risultati, frutto di un grandissimo lavoro di tutto il team. Il 2019 è stato ricco di debutti, con uno sforzo produttivo e creativo davvero senza precedenti, che ci ha portato a superare ogni record d'ascolto. E anche il 2020 si preannuncia altrettanto ricco: nel primo trimestre avremo ben 20 produzioni originali di cui 4 inedite per il pubblico italiano e il lancio – dal 2 febbraio - di un nuovo canale in chiaro HGTV – Home & Garden TV"*.

NOVE ha registrato il migliore anno di sempre nelle 24 ore, con l'1,6% di share, e in prime time, con l'1,7% di share, in crescita del +15% rispetto al 2018, dato che gli consente di raggiungere la 9° posizione fra i canali nazionali in prime time.

Continua l'inarrestabile successo di **"FRATELLI DI CROZZA"**: quella che si è appena conclusa è la **migliore stagione di sempre** con una media di **1.318.000 telespettatori** e del **5,6% di share (+4% vs 2018)**. Da segnalare la grande rivelazione dell'access prime time: **"DEAL WITH IT"** con Gabriele Corsi, che con una **media di oltre 532.000 telespettatori e il 2% di share**, ha fatto segnare il valore più alto per uno show in access prime time sul canale. Prosegue poi il successo dei contenuti **Loft Produzioni**, fra cui particolarmente rilevante è la performance de **"LA CONFESSIONE"**, con l'intervista esclusiva a Fedez che ha registrato **554.000 telespettatori e 2,3% di share**, e degli appuntamenti con gli speciali targati **NOVE Racconta come "CASAMONICA"** e **"SPACCIO CAPITALE"**, entrambi con una media di oltre **500.000 telespettatori** e oltre il **2% di share**.

REAL TIME vola e tocca quota **1,7% di share sul totale individui nelle 24 ore (+25% vs 2018)**, registrando l'anno con gli ascolti più alti di sempre e conquistando la **9° posizione fra i canali nazionali nell'intera giornata**. Una performance ancora più significativa considerando il target di riferimento **donne 15-54** dove la share nelle 24 ore raggiunge il **3% (+16% vs 2018)**, confermando Real Time come **6° canale nazionale su questo target**.

A trainare il successo del canale titoli di prime time come la prima stagione di **"MATRIMONIO A PRIMA VISTA ITALIA"** che ha registrato una media di **1 milione di telespettatori e oltre il 4% di share**, diventando il programma più visto dell'anno sul canale e **"BAKE OFF ITALIA"**, titolo cult che ha chiuso la sua settima edizione con il **miglior risultato di sempre della finale** che ha registrato il **5% di share con oltre 1.200.000 telespettatori**. Altra grande hit del 2019 è stata **"CORTESIE PER GLI OSPITI"** con oltre **500.000 ascoltatori** e il **2% di share** in access prime.

DMAX e Motor Trend, i canali a target maschile del gruppo, raggiungono il **3% di share sugli uomini 25-54**. Da segnalare l'ottimo riscontro, per DMAX, per la seconda stagione di **"UNDERCUT – L'ORO DI LEGNO"**, dedicato al lavoro dei boscaioli nelle aree colpite dalla tempesta Vaia, **che ha registrato una media di 200.000 telespettatori, in crescita del +35% rispetto alla media dello slot**. Anche il primo contenuto italiano lanciato su Motor Trend, la serie **"DRIVE ME CRAZY"** con protagonista Irene Saderini, ha sfiorato i 100.000 telespettatori facendo segnare il **+38% di ascolto rispetto alla media di slot** del canale dedicato ai motori.

GIALLO fa segnare una crescita particolarmente significativa, **0,9% di share** sul pubblico totale nelle 24 ore **(+13% vs 2018)** e raggiunge **l'1,1% di share sul pubblico femminile 25-64 anni**. Performance eccezionale per **"PROFILAGE"** che con una media di **428.000 telespettatori e il 1,8% di share** è il titolo più visto del 2019 sul canale.

Segno positivo anche per **Food Network** che ha raggiunto lo **0,6% di share sul target commerciale 25-54 anni (+6% vs 2018)**. Grande successo per le produzioni locali, in particolare per **"FATTO IN CASA PER VOI"** con Benedetta Rossi che, con il **picco di 230.000 telespettatori e l'1,7% di share**, ha segnato l'episodio più visto di sempre sul canale.

Anche i **canali K2 e Frisbee** registrano performance record nel 2019, con ascolti **in crescita a doppia cifra sui 4-14 anni (con il 10,6% di share, +20% vs 2018)**. Sul target **4-10 anni** K2 e Frisbee superano il **13% di share (+20% vs 2018)**.

Soddisfazioni anche dal portfolio pay: su **Eurosport i mondiali di Sci 2019 di Are** hanno raggiunto il record di sempre con **59.000 telespettatori** mentre la **Regular Season Serie A e l'Eurolega di Basket** hanno registrato rispettivamente picchi di **76.000 telespettatori** (Umana Reyer Venezia-Olimpia Milano) e **71.000 telespettatori** (Olimpia Milano-Maccabi Tel Aviv). Conferme anche per **Discovery Channel** che mantiene la **leadership dell'area 400 di Sky**.

Anno record anche sul non lineare con **Dplay** che registra **12,8 milioni di ore viste (+55% vs 2018)**, generate da **2 milioni di utenti connessi al mese**.

I PIU' VISTI DEL 2019 (media di stagione):

N.	TITOLO	TELESPETTATORI	SHR
1	Fratelli di Crozza S3 - Autunno	1.317,59	5,56
2	Fratelli di Crozza S3 - Primavera	1.229,17	5,07
3	Matrimonio a prima vista Italia S1	944,715	4,22
4	Bake off Italia S7	907,114	3,93
5	La confessione - Speciale Fedez	553,983	2,29
6	Nove Racconta - Spaccio Capitale	543,562	2,21
7	Il castello delle cerimonie S2	534,598	2,85
8	Deal with it S1	532,458	2,1
9	Nove Racconta - Casamonica	531,654	2,27
10	Primo appuntamento S3	520,764	2,09

Per ulteriori informazioni:

Adriano Baioni - Corporate & Sport Communication Senior Manager adriano_baioni@discovery.com

Sabrina Signorelli - PR Senior Manager sabrina_signorelli@discovery.com