

ASCOLTI RECORD A OTTOBRE PER DISCOVERY ITALIA

- ✓ **Miglior ottobre di sempre per il portfolio Discovery con il 7,6% share sugli individui e il 9,5% share sul target 25-54 anni**
- ✓ **Il gruppo si conferma terzo editore nazionale per share, sia sul target individui sia sul target commerciale 25-54 anni**
- ✓ **E' vero e proprio boom al venerdì con Fratelli di Crozza e Bake Off: portfolio all'11% sugli individui e al 12% sul target commerciale**
- ✓ **Crescita record anche per Dplay: a ottobre 3,5 milioni di utenti unici, +60% rispetto allo scorso anno**

Milano, 2 novembre 2020 - **Discovery Italia** chiude il miglior ottobre di sempre con **7,6% di share nelle 24 ore sul pubblico totale che vola al 9,5% sul target commerciale 25-54 anni. Ancora una volta è un mese record per il gruppo che si conferma terzo editore italiano per share.** Grande spinta dalle performance dei **super Venerdì con Fratelli di Crozza sul Nove – miglior stagione di sempre e Bake Off su Real Time: durante la messa in onda il portfolio supera l'11% di share sugli individui e raggiunge il 12% sul target commerciale.**

Ed è proprio NOVE, che fa registrare il miglior ottobre di sempre, ad essere **uno dei canali più brillanti del portoflio con l'1,8% share nel totale giorno (+5% vs 2019) e il 2,1% di share in prima serata, con un +19% rispetto allo scorso anno** che lo posiziona come canale che cresce maggiormente rispetto ai primi nove canali nazionali.

Grazie ai numeri di questo ottobre record, **il gruppo Discovery porta l'ascolto del 2020 a sfiorare l'8% sugli individui e il 10% sul target commerciale, crescendo del +7% rispetto al 2019, miglior performance tra tutti i principali competitor.** NOVE e Real Time si confermano stabilmente nella top 10 dei canali più visti.

Ottobre è anche il mese della crescita esponenziale per la fruizione non lineare: sono stati oltre 3,5 milioni gli utenti unici su Dplay, il 60% in più rispetto allo scorso ottobre. Impennata anche per le ore viste: +50% rispetto allo scorso anno.

Laura Carafoli, SVP Chief Content Officer Discovery: *“Sono dati che ci danno una grande soddisfazione, resi ancora più straordinari dall'importante sforzo produttivo che stiamo mettendo in campo in questi mesi di estrema complessità. Il nostro pubblico continua a crescere e trascorre sempre più tempo sui nostri canali e sulle nostre piattaforme, così come sempre più investitori ci scelgono come partner privilegiato: tutto questo non può che essere un ulteriore stimolo per offrire contenuti sempre originali e avvincenti e servizi sempre più innovativi”*

Nel mese di ottobre particolarmente in luce **Giallo** (+8%), **Food Network** (+4%) ed **Eurosport** che, con un ottobre ricco di eventi live (tennis, ciclismo, basket) fa registrare il miglior ottobre di sempre.