



A DISCOVERY MEDIA LA RACCOLTA PUBBLICITARIA INTERNAZIONALE DI EUROSPORT, “HOME OF THE OLYMPICS”, PER IL MERCATO ITALIANO

Milano, 25 gennaio 2017 – Discovery Media, la concessionaria del gruppo Discovery, aggiunge un nuovo tassello al proprio portafoglio: a partire da queste settimane, infatti, **seguirà per il mercato italiano anche la raccolta pubblicitaria dei canali Eurosport a livello paneuropeo.**

Discovery Media è concessionaria di Eurosport in Italia già dal 2015 e **la novità odierna apre nuove opportunità commerciali per i numerosi clienti italiani presenti laddove Eurosport trasmette:** una presenza capillare che nel mondo raggiunge 94 Paesi e oltre 236 milioni di abbonati. Discovery Media seguirà la raccolta su tutte le piattaforme - tv, web e mobile – e la nuova funzione sarà guidata da Giulia De Carli, Sales Clients Senior Director della concessionaria.

Giuliano Cipriani, Senior Vice President Ad Sales Discovery Networks Southern Europe ha dichiarato: *“Poter seguire direttamente la raccolta pubblicitaria di Eurosport anche all'estero rappresenta un'opportunità di crescita per noi e per i nostri clienti. Eurosport è un brand forte e riconoscibile che, grazie al fatto di essere Home of the Olympics fino al 2024, nei prossimi anni avrà ancora più visibilità diventando un media sempre più strategico per chi vuole raggiungere - in qualsiasi luogo e su qualsiasi piattaforma - un pubblico trasversale e pregiato”.*

Dal 1 gennaio 2017 Eurosport è ufficialmente “Home of the Olympics” e le Olimpiadi invernali di PyeongChang 2018 saranno le prime trasmesse dal canale paneuropeo. Oggi l'offerta sportiva comprende i più importanti appuntamenti internazionali di sport invernali, ciclismo, tennis, motori e molto altro.

Per ulteriori informazioni

Adriano Baioni | Corporate Communication Manager | E-mail: adriano.baioni@discovery.com