

I conti del gruppo Usa. Reddito operativo di 1 mld (+6%)

Discovery, 2014 ok

Ricavi a +13%, +28% dall'estero

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Ricavi di Discovery Communications nel 2014 crescono del 13% a 6,265 mld di dollari (5,516 mld di euro),

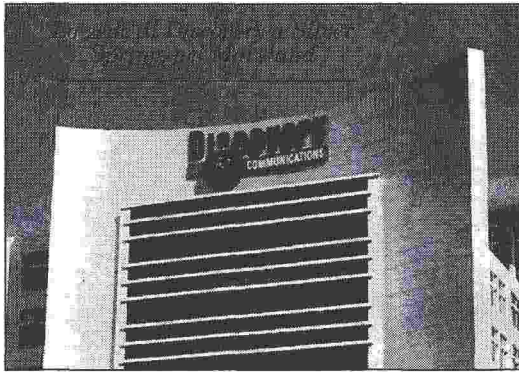
con un peso sempre maggiore dei network internazionali (a cui appartiene anche Discovery Italia), che salgono del 28% rispetto al 2013, mentre quelli negli Usa rimangono stabili. Complessivamente, poi, il reddito operativo netto di Discovery communications è di 1,139 mld di dollari (un mld di euro circa), con un incremento del 6% sul 2013.

Rispetto al totale dei ricavi, il 45,3% proviene dalla distribuzione dei canali, a quota 2,502 mld di euro (+12% sul 2013). La pubblicità, invece, ha un peso maggiore: 2,72 mld di euro (+12,8% sul 2013), per una fet-

ta che vale quindi il 49,3% del totale ricavi. Importante pure l'ultima riga del bilancio 2014 del gruppo Discovery communications: gli utili per azione sono aumentati del 13% a 1,84

ciata italiana (che, tra gli altri, edita i canali Real Time, Dmax, DeeJay tv, Giallo, Focus, K2 e Frisbee) è responsabile per una quota attorno al 6%. Da oltreconfine rispetto agli Stati

Uniti, quindi, proviene il 50,3% dei ricavi di Discovery Communications, con la pubblicità che cresce a ritmi del 28% e la distribuzione a +25%. Negli Usa, invece, i ricavi sono rimasti fermi a 2,59 mld di euro (come nel 2013), e pesano per circa il 47% del totale. L'oibda (una misura simile all'ebitda e utile a



dollari (1,62 euro).

Come si diceva prima, è però ormai l'estero che tira la volata ai conti di Discovery. Nel 2014 i network internazionali hanno portato ricavi per 2,78 mld di euro (erano 2,165 mld di euro nel 2013), dei quali la con-

misurare la marginalità di una impresa nel suo settore caratteristico) dell'estero cresce del 18% e vale quasi un miliardo di euro, quello degli Usa cala del 2% anche se rimane un valore molto alto a quota 1,479 mld di euro.

