

*Nascono tre aree per le attività nel Vecchio continente*

# Discovery al riassetto

## Soldi a capo del nuovo Sud Europa

DI MARCO A. CAPISANI

**O**rmai l'Europa e gli altri mercati stranieri generano più ricavi del mercato a stelle e strisce per l'americana **Discovery Networks International** e così il suo presidente **Jean-Briac Perrette** riorganizza le attività sul Vecchio continente per dare loro ulteriore slancio. Nascono tre nuove aree di business e a capo di quella per il Sud Europa arriva **Marinella Soldi**, già alla guida dell'Italia e general manager per il Sud Europa. Soldi diventa adesso president and managing director della nuova area **Discovery Networks Southern Europe** che, oltre a Italia, Spagna e Portogallo, ricomprende da ora anche il mercato francese. Ci sono poi altre due donne ai vertici delle altre aree geografiche create: **Kasia Kiel** aggiunge Germania, Austria e Svizzera al

suo impegno come president e managing director della neodivisione in Europa centrale e orientale, Medio Oriente e Africa. Mentre al president e managing director per il Nord Europa **Dee Forbes** va la nuova area che comprende Gran Bretagna, Irlanda, Benelux e paesi del Nord Europa (che prima costituivano un'area a sé stante).

«Importanti successi sono stati raggiunti fuori dagli Stati Uniti attraverso una crescita organica e tramite acquisizioni mirate, di cui la più recente è quella di **Eurosport International**. Il nostro business europeo è cre-

sciuto significativamente negli ultimi quattro anni ed è tempo quindi di riorganizzarsi», ha dichiarato il presidente di **Discovery Networks International** che, infatti, nel terzo trimestre 2014 ha registrato fuori dagli Usa 818 milioni di dollari (pari a 656 milioni di euro) contro i 724 milioni di dollari nel mercato domestico degli Stati Uniti (pari a 580,5 milioni di euro). A livello di marginalità, comunque, gli Usa mantengono un adjusted oibda (operating income before depreciation and amortization) pari a 425 milioni di dollari (in euro 340,8 milioni), che sorpassano i 278 milioni di dollari nei mercati stranieri (poco meno di 223 milioni di euro).

A livello di audience, infine, oltre i confini nazionali (non solo in Europa quindi ma anche in America del Sud e in Asia per esempio), **Discovery** raggiunge 643 milioni di telespettatori, in crescita del 6% rispetto allo stesso periodo del 2013.

© Riproduzione riservata



Marinella Soldi

