

## DISCOVERY+: GIOCHI OLIMPICI INVERNALI DA RECORD IN EUROPA

- Quasi il 50% in più di nuovi abbonati per Beijing 2022 rispetto a PyeongChang 2018
- Oltre 1 miliardo di minuti visualizzati in streaming tra discovery+ e i servizi in abbonamento di Eurosport
- La media degli ascolti dei canali TV lineari di Discovery, free-to-air ed Eurosport, rimane solida e in linea con PyeongChang 2018, nonostante l'utilizzo complessivo della TV sia sceso del 10% rispetto al 2018
- Oltre la metà dei nuovi abbonati per le Olimpiadi ha visualizzato anche i contenuti di intrattenimento di discovery+

**LONDRA, 23 febbraio 2022** - Discovery ha annunciato record di ascolti ed engagement sulle proprie piattaforme digitali per i Giochi Olimpici Invernali, guidati dall'appeal crescente di discovery+, che ha fatto registrare un significativo aumento nei consumi e nel numero di nuovi abbonati rispetto a PyeongChang 2018.

I Giochi Olimpici Beijing 2022, che si sono conclusi domenica 20 febbraio, hanno fatto registrare per **discovery+ un numero totale di nuovi abbonati pari a quasi il doppio rispetto a quello di PyeongChang 2018.**

I visitatori complessivi in Europa delle piattaforme di Discovery sono stati più di **156 milioni, con oltre un miliardo di minuti di visualizzazione in streaming, un numero 19 volte superiore rispetto all'ultima edizione dei Giochi Olimpici Invernali.** discovery+ e i servizi in streaming\* di Eurosport, durante questi Giochi, hanno totalizzato un numero di utenti 8 volte superiore rispetto alla precedente edizione invernale, e gli stessi utenti hanno consumato più del doppio dei contenuti rispetto alla media, oltrepassando le 7 ore per utente. Lo stesso trend è stato osservato per i canali TV lineari, dove gli spettatori hanno guardato in media il 24% di contenuti in più rispetto a PyeongChang 2018. Eurosport.com e le sue edizioni locali hanno raggiunto oltre il doppio degli utenti se paragonati allo stesso periodo.

Dopo una grande partenza nella prima settimana, l'audience media dei canali lineari di Eurosport è rimasta solida e in linea con la scorsa edizione invernale, nonostante un calo in doppia cifra nell'utilizzo della TV se confrontato con il 2018. L'audience dei canali free-to-air di Discovery nei paesi nordici ha continuato a crescere: +88% in Norvegia, +83% in Svezia e +82% in Finlandia. **I canali Eurosport hanno registrato un incremento significativo in termini di audience e share in diversi mercati chiave, tra cui Polonia (+36%), Romania (+23%) e Italia (+250%).**

**Jean-Briac Perrette, President & CEO, Discovery Streaming & International, ha detto:** "Le Olimpiadi Invernali sono state un successo strepitoso per discovery+, per tutti i nostri canali e piattaforme in Europa. Discovery sta guidando l'adozione dello streaming a livello internazionale, pur mantenendo dei solidi ascolti sui canali tradizionali, riuscendo a garantire delle ottime performance in entrambi i segmenti. Ben oltre la metà dei nuovi abbonati alle Olimpiadi ha apprezzato anche i contenuti di intrattenimento offerti da discovery+; una testimonianza della crescita in termini di profondità e valore della nostra offerta. I nuovi utenti

vengono coinvolti e restano con noi più a lungo, aumentando quindi significativamente il proprio *lifetime value*.”

**Andrew Georgiou, President of Sports, Discovery, ha affermato:** “Le Olimpiadi rappresentano uno straordinario esempio della capacità unica di Discovery di far crescere l’audience e l’engagement attorno agli sport e ai più grandi eventi al mondo. La formula vincente è quella di utilizzare la nostra visibilità su tutte le piattaforme, massimizzando la reach e offrendo ai consumatori l’opportunità di guardare i contenuti che scelgono, in ogni luogo.”

Discovery ha trasmesso i Giochi Olimpici Invernali Beijing 2022 in 50 mercati in Europa\*\* attraverso 11 produzioni nazionali e con una copertura in 19 lingue diverse. È inoltre l’unico luogo in Europa che ha garantito l’accesso a ogni istante delle Olimpiadi, grazie a discovery+ e alle property digitali di Eurosport.

\* Le Olimpiadi Invernali di Beijing 2022 sono disponibili per la visione su discovery+ in Danimarca, Finlandia, Italia, Olanda, Norvegia, Svezia e Regno Unito. In tutti gli altri mercati europei, fatta eccezione per la Russia, Beijing 2022 è disponibile sulle property digitali di Eurosport.

\*\*Esclusa la Russia.

Per ulteriori informazioni

**Adriano Baioni**, Direttore Comunicazione Discovery

[adriano\\_baioni@discovery.com](mailto:adriano_baioni@discovery.com)

**Gabriella Gadoni**, Communications Executive

[gabriella\\_gadoni@discovery.com](mailto:gabriella_gadoni@discovery.com)

**Davide Janes**

[davide.janes@omnicomprgroup.com](mailto:davide.janes@omnicomprgroup.com)

M +39 333.7709564

**Alessandra Orteni**

[alessandra.ortenzi@omnicomprgroup.com](mailto:alessandra.ortenzi@omnicomprgroup.com)

M +39 339.5263748

#### **Discovery inc.**

Discovery, Inc. (Nasdaq: DISCA, DISCB, DISCK) è il leader globale dell'intrattenimento *real life* che punta a coinvolgere un pubblico appassionato di fan in ogni parte del mondo grazie a contenuti realizzati per ispirare, informare e divertire. Discovery offre oltre 8.000 ore di programmazione originale ogni anno e vanta una leadership di categoria nei generi di contenuti più amati in tutto il mondo. Disponibile in 220 paesi e territori e quasi 50 lingue, Discovery è un innovatore e grazie alle sue piattaforme raggiunge gli spettatori su tutti gli schermi, compresi i prodotti TV Everywhere come il portafoglio di app GO; servizi di streaming come discovery+, Food Network Kitchen e MotorTrend OnDemand; contenuti digital-first e social di Group Nine Media; una partnership con la BBC per la visione di contenuti di diverso genere; e un'alleanza strategica con PGA TOUR per creare la "casa internazionale" del golf. I brand premium di Discovery includono Discovery Channel, HGTV, FoodNetwork, TLC, Investigation Discovery, Travel Channel, MotorTrend, Animal Planet, Science Channel e la multiplatforma JV di prossimo lancio con Chip e Joanna Gaines, Magnolia Network e OWN: Oprah Winfrey Network negli Stati Uniti, Discovery Kids in America Latina ed Eurosport, il fornitore leader di contenuti sport premium locali e casa ufficiale dei Giochi Olimpici in tutta Europa. Per ulteriori informazioni, visita il sito [corporate.discovery.com](http://corporate.discovery.com) e segui @DiscoveryIncTV su tutte le piattaforme social.