



WARNER BROS. DISCOVERY: IL 2023 È IL MIGLIOR ANNO DI SEMPRE CON L'8,6% DI SHARE NELLE 24 ORE E OLTRE L'11% SUL TARGET COMMERCIALE 25-54 ANNI

NEL 2023 WBD È L'EDITORE CON LA CRESCITA PIÙ ALTA (+8% RISPETTO AL 2022) E SI CONFERMA TERZO EDITORE NAZIONALE PER SHARE

- ***2023 record per Nove con il 2% di share, che sale al 2,8% sul target commerciale 25-54 anni***
- ***Crescono anche tutti i canali WBD, con Real Time che segna il miglior dicembre dal 2019 con l'1,6% di share e sale al 7° posto sul target femminile grazie al 2,8% di share***

Milano, 8 gennaio 2024 – Ascolti da record nel 2023 per il gruppo **Warner Bros. Discovery** che si conferma **3° editore nazionale** e segna il **miglior anno di sempre** con **l'8,6% di share** nelle 24 ore e una **crescita del +8%** rispetto allo scorso anno. WBD sale anche nella fascia di **prime time** con il **7,7% di share, +13% rispetto al 2022**.

Molto bene il portfolio sul target commerciale **25-54 anni: 11,3% di share** nelle 24 ore e **9,4% di share** in prima serata e in entrambe le fasce WBD è l'editore che compie la crescita più alta (rispettivamente **+7%** e **+13%** rispetto allo scorso anno).

Il mese di dicembre è il **migliore di sempre**, al **9% di share sul totale Individui** (crescita del **+18%** rispetto allo scorso anno) e **all'11,6% di share sul target commerciale (+15%)**.

Il successo WBD fa leva sulla performance di **Nove**, che segna un anno da record sia nelle 24 ore, con il **2% di share**, che in prime time, dove sale al **2,5% di share** con una crescita del **+26%** rispetto allo scorso anno. Ottimo il posizionamento sul **target commerciale 25-54 anni: 2,8% di share** nelle 24 ore e oltre il **3%** di share in prima serata. La novità **Che Tempo Che Fa** traina il successo del canale, con una media di oltre **2 milioni di spettatori** che supera il **10% di share** nel ciclo autunnale di puntate, ma si confermano anche i consolidati **Fratelli di Crozza**, che chiude la stagione autunnale con oltre il **6% di share**, e **Don't forget the Lyrics**, che segna la migliore stagione di sempre con oltre **570.000 spettatori**. Mese record anche dicembre, con il **2,2% di share nelle 24 ore**, che sale al **3,2% in prima serata**, con uno straordinario **+63% rispetto al 2022**.

Real Time chiude il 2023 in crescita con una media **dell'1,5% di share (+7%** rispetto allo scorso anno). In particolare, il mese di **dicembre è il migliore dal 2019** con la media dell'**1,6% di share** che sale al **2,8% di share** sulle Donne 15-54 anni (**7° canale nazionale sul target**), grazie alla novità **Casa a prima vista**, che chiude una stagione record con una media di oltre **mezzo milione** di spettatori, e alle puntate finali di **Bake Off Italia**, che supera la media del **3% di share**.

Nel 2023 crescono anche tutti gli altri canali del portfolio, in particolare: **Dmax** si assesta sull'**1% di share nel 2023**, con una crescita del **+16% a dicembre**; **Food Network** e **Motor Trend** segnano il migliore anno di sempre con una crescita, rispettivamente, del **+8%** e del **+6%** sull'anno precedente; tra i canali kids spicca **Frisbee** al **+19%** sul 2022; **Giallo** segna il miglior dicembre dal 2019 con la media dell'**1% di share**; **Warner TV** chiude dicembre con un **+27%** rispetto allo scorso anno; **Eurosport** nell'ultimo mese del 2023 cresce del **+17%**.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI:

Adriano Baioni, Communication Senior Director, adriano.baioni@wbd.com

Gianluca Capaldo, PR Senior Manager, gianluca.capaldo@wbd.com