

Audiencias agosto

EN UN MES MARCADO POR LOS JUEGOS OLÍMPICOS, MEDIASET ESPAÑA (29,5%) SE CONFIRMA COMO GRUPO MÁS VISTO DE AGOSTO CON 28 MESES DE LIDERAZGO CONTINUO

Telecinco cumple su segundo año de liderazgo ininterrumpido con una media en agosto del 12,3% de share

Es la cadena más vista en *prime time* (12,5%), a 1 punto de Antena 3 (11,5%). También lidera las franjas de *day time* (12,3%) y tarde (15,1%)

- Es la primera opción en jóvenes de 13 a 24 años (11,6%), sumando 18 meses de liderazgo en este *target* y superando en 1,4 puntos a Antena 3 (10,2%). También es la cadena preferida en espectadores de 25 a 34 años (11,5%), con una ventaja de 1,6 puntos sobre su principal competidor (9,9%).
- Lidera 18 días del mes y por mercados regionales anota la victoria en 8 de los 14 ámbitos televisivos, con sus mejores registros en Asturias (20,8%), Canarias (14,9%), Murcia (14,0%), Euskadi (13,1%) y Galicia (12,7%).
- Sitúa cinco emisiones entre las 20 más vistas de agosto: los partidos de ida y vuelta de la Final de la Supercopa de España entre el F.C. Barcelona y el Sevilla, las dos emisiones del *personality show* 'Las Campos' e Informativos Telecinco 21:00h en la edición del 30 de agosto.

INFORMATIVOS TELECINCO (13,5% Y 1.382.000), REFERENCIA INFORMATIVA A 1,5 PUNTOS DE ANTENA 3 (12%)

- De lunes a domingo, la edición de Informativos Telecinco 21:00h es líder absoluto con un 15,4% de *share* y 1.472.000 espectadores, 4,2 puntos más que su directo competidor (11,2% y 1.033.000).
- La edición de sobremesa de lunes a viernes anota un 12,8% de *share* y 1.432.000 espectadores y también supera a Antena 3 Noticias (12,4% y 1.381.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **'Las Campos' (reality)** (18% y 2.301.000), mejor estreno de programa de entretenimiento del verano y líder absoluto en su franja de emisión. Se impone en 6,3 puntos a su principal competidor (11,7% y 1.497.000).

- **‘Hable con ellas’** lidera su franja en la noche de los lunes con un 12,7% de *share* y 1.195.000 espectadores, superando en casi 1 punto a su competidor (11,8% y 1.105.000) y mejorando su franja en 0,6 puntos respecto a julio.
- **La edición del jueves de ‘Sálvame Deluxe’** (16,1% y 1.510.000) y la del **viernes** (17,1% y 1.541.000), primeras opciones de sus respectivas franjas frente a las ofertas de Antena 3 (8,3%-776.000 y 10,4%-943.000, respectivamente).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa del verano’** (15,5% y 438.000) es la oferta líder de la mañana, 2,5 puntos sobre Antena 3 (13% y 366.000).
- **‘Mujeres y Hombres y Viceversa’** (13,3% y 816.000), opción preferida de sus banda, anota un 17,7% en *target* comercial superando en 8,4 puntos a Antena 3 (9,3%).
- **‘Sálvame diario’**, en sus ediciones Limón y Naranja, registra un 16,2% y 1.551.000 de media, liderando un mes más su franja de emisión.
- **‘Pasapalabra verano’** revalida su primera posición como el concurso más visto del *day time* con un 16,4% de *share* y 1.358.000 seguidores de media.

Cuatro (6,7%) amplía su distancia con La Sexta (5,9%) en total día y aumenta esa diferencia a 1,3 puntos en *target* comercial (7,6%)

- Con su **mejor *prime time* desde diciembre de 2014** (6,9%, igual a septiembre de 2015), no solo se impone a La Sexta (5,5%) con la mayor ventaja entre ambos de los últimos 6 años (1,4 puntos), sino que se convierte en la **única cadena comercial que crece** en esta franja respecto a 2015, a pesar de la competencia de los Juegos Olímpicos. **Su *target* comercial de esta franja está 2,6 puntos sobre el de La Sexta (8,8% vs. 6,2%).**
- Cuatro vuelve a superar a su directo competidor en Total Individuos por segundo mes consecutivo y **revalida su victoria mensual histórica sobre La Sexta entre los jóvenes** de 13-24 años, entre los que se impone este mes por 3,6 puntos (7,6% vs. 4%).
- Es la **tercera cadena preferida por los españoles menores de 55 años** (7,2%), imponiéndose a La Sexta (5,5%) por sexto mes consecutivo en este parámetro. La Sexta se mantiene en quinta posición.
- En ***target* comercial (7,6%)** crece casi 1 punto respecto al total individuos, **situándose como la tercera televisión nacional en dicho parámetro a 1,3 décimas de La Sexta (6,3%).**

- En *day time* (6,5%) también se mantiene a 0,5 puntos por delante de su inmediato competidor (6%), así como en la mañana (6,7% vs. 5,8%), sobremesa (7,4% vs. 6,6%) y *late night* (6,9% vs. 6,2%).

NOTICIAS CUATRO

- **Noticias Cuatro I de lunes a viernes** anota un 10,7% de *share* y 962.000 espectadores. Supera en su franja a la oferta de Antena 3 (8,4% y 754.000 espectadores). Su **edición de Fin de Semana** marca un 11,2% y 834.000 espectadores, su mejor agosto histórico en cuota de pantalla.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro**, el espacio informativo deportivo de referencia, lidera un mes más con un 8,1% de *share* y 900.000 espectadores, prácticamente duplicando la oferta de La Sexta en la franja (4,3% y 475.000) y de 'Jugones' (5,1% y 582.000).
- **'Las Mañanas de Cuatro'** en su edición estival anota un 9,7% de *share* y 571.000 espectadores. El previo **'Las Mañanas de Cuatro: primera hora'**, con un 6,4% de cuota y 219.000 espectadores, supera a La Sexta en franja en 1,1 puntos (5,3% y 182.000 espectadores).

ESPACIOS DE PRIME TIME y LATE NIGHT

- **'First Dates'** vuelve a batir su récord histórico y se confirma como la revelación de la temporada. En agosto alcanza un 10% de *share* y 1.226.000 espectadores, 1,3 puntos más que la cifra alcanzada en julio. Supera a La Sexta en 4,7 puntos (5,3% y 655.000). El 30 de agosto marcó su **récord de espectadores (12,5% y 1.729.000)**, convirtiéndose en la tercera emisión más vista del día.

El *dating show* crece hasta el 13,1% en *target* comercial, imponiéndose a su competidor directo, que se queda a más de 6 puntos (6,6%). Nuevamente destaca entre jóvenes de 13 a 24 años (13,2% vs. 4,5% de La Sexta) y espectadores de 25 a 34 años (14,4% vs 6,8%).

- **'Hermano Mayor'** cierra temporada con una media del 6,8% de cuota de pantalla y 781.000 espectadores, con un *target* comercial que crece hasta el 7,6% de *share*. A 1,8 puntos se sitúa la oferta de La Sexta esa noche (5% y 578.000), con un *target* comercial del 6,2%.
- **'En el punto de mira'** incrementa su registro mensual y anota un 8,6% de *share* y 1.097.000 espectadores, alcanzando un 10,4% en *target* comercial. En la misma franja, La Sexta promedia un 6,7% y 864.000, con un *target* comercial del 7,4%)
- **Dentro de la oferta de ficción extranjera, 'Quantico'** despide su primera temporada con un 5,9% de *share* en agosto y 703.000 espectadores. En *target* comercial sube al 7,3% y se impone a La Sexta entre los jóvenes 13-24 con el 7,7% en 0,6 puntos.
- **'CSI Cyber'** anota un 6% y 711.000 espectadores, creciendo hasta el 7,1% el *target* comercial.

- **'Rosewood'** anota un 5,7% y 386.000 espectadores. Anota un 6,3% en *target* comercial y se impone a su máximo rival entre los jóvenes de 13 a 24 años (6,9% vs. 5%) y los espectadores de 35-54 (7,1% vs. 6,9%).
- **'Minority Report'** también se despide, anotando en agosto un 4,8% y 577.000 espectadores, con un 5,7% el *target* comercial. Se impone a su máximo rival entre los menores de 55 años (5,7% vs. 4,8%).
- El contenedor cinematográfico infantil **'El Blockbuster Kids'** marca un 7,5% de cuota y 746.000 espectadores, imponiéndose 0,1 puntos a en la franja a La Sexta (7,4% y 737.000 espectadores).
- **'Home Cinema'** incrementa su liderazgo en la sobremesa del fin de semana sobre su directo competidor, alcanzando el 7,8% de *share* y 807.000 espectadores en su primera edición y 6,4% y 585.000 espectadores en la segunda entrega. Superan a La Sexta en 2,7 y 1,4 puntos, respectivamente (278.000 y 128.000 espectadores).

CANALES TEMÁTICOS

- **Factoría de Ficción** (3,6%), temático más visto durante 53 meses consecutivos y tercer canal más visto por los jóvenes de 13-24 años (9,5%), supera un mes más a Neox (7,5%). En *target* comercial alcanza un 4,2% de *share*, 0,6 puntos sobre su principal competidor (3,6%). 'La que se avecina' (6,6% y 786.000) ha sido la emisión más vista del canal durante el mes.
- **Divinity** (2,5%), segundo canal temático comercial (empatado con Neox), sólo superado por FDF, se impone a Nova (2,4%) por octavo mes consecutivo, creciendo 2 décimas respecto al pasado julio (2,3%). En *target* comercial anota un 3,2%, 9 décimas más que Nova (2,3%), y en su *core target* (mujeres 16-44 años) registra un 3,7%. La serie de investigación 'Major Crimes' (3,8% y 504.000) se ha alzado como la emisión más vista del canal en agosto.
- **Energy** (2,1%) incrementa su registro en 2 décimas respecto a julio (1,9%), igualando su récord absoluto de agosto de 2014. En *prime time* bate su récord mensual con un 2,7% de cuota, ocupando el **segundo lugar de los temáticos comerciales** con la mayor ventaja frente a Mega (1,5%) desde junio de 2015 (+1,2 puntos). Registra un 2,3% de *share* en *target* comercial y un 2,1% en su *core target* (hombres 25-54 años). La emisión más vista del canal en agosto ha sido 'C.S.I. Miami' (3,7% de *share* y 550.000 espectadores).
- **Boing** (1,5%) es el canal infantil líder de la televisión comercial con un 12,2% de *share* en niños de 4 a 12 años, 2,3 puntos por delante de Disney Channel (9,9%), cadena a la que se impone por 20 mes consecutivo. El canal ejerce este liderazgo desde enero de 2015. Con 312.000 espectadores y un 2,8% de *share* la película 'Río' ha sido la emisión más vista.

- **Be Mad** anota récord en los principales *targets*: total individuos con un 0,7% de cuota, sumando 2 décimas respecto al pasado julio (0,5%); *target* comercial 0,9%; y *core target* (hombres 16-44 años) con un 0,9%. Es la cadena líder (de las nacidas en 2016), tanto en *target* comercial como en su *core target* (hombres 16-44 años), en **prime time** (con el 0,9%).

Mediaset España (29,5%), grupo audiovisual líder de agosto, a 4,1 puntos de Atresmedia (25,4%)

- Se impone también a su competidor en *target* comercial (30,6% vs. 27,2%) y tiene como principales públicos a los espectadores jóvenes: de 13-24 años (35,2%) y de 25-34 años (30,9%).
- En *prime time* anota un 29,4% de cuota, el mejor dato de su historia en un mes de agosto, creciendo 0,6 puntos respecto a agosto de 2015 (28,8%) y aventajando en 5,1 puntos a su competidor (24,3%).
- En *day time* registra un 29,5%, 3,7 puntos frente a Atresmedia (25,8%).
- El acumulado de los canales temáticos de Mediaset España logra un 10,5% su mejor registro desde agosto de 2014, superando en 2,8 puntos Atresmedia (7,7%).

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET España.



• @mediasetcom

f /mediasetesp

• @mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom