

MEDIASETespaña.



Madrid, 1 de octubre de 2017

MEDIASET ESPAÑA (28,1%) ANOTA SU 41ª VICTORIA
CONSECUTIVA

Telecinco (12,6%), cadena más vista de septiembre por cuarto año consecutivo

Supera en casi 1 punto a su competidor (11,7%)

Es el canal preferido entre los jóvenes de 13 a 24 años (11,6%),
en espectadores de 35 a 54 años (11,4%) y revalida también su
liderazgo entre 25 a 34 años (12%) por 32º mes consecutivo

Es de nuevo la cadena que más franjas lidera: *day time* (12,7%),
prime time (12,4%), *tarde* (14,7%), *late night* (13,7%) y en *target*
comercial (12%)

- Opción preferida en 5 de las 7 noches de la semana y la cadena que más días lidera del mes, 23 (76,7% de los días disputados). Es la primera opción en 7 de los 14 mercados geográficos: Asturias (18,8%), Euskadi (14,5%), Murcia (14,2%), Canarias (14,0%), Andalucía (13,3%), Galicia y Madrid (12,8%).

**INFORMATIVOS TELECINCO 21:00h (L-V) (15,5% Y 2.076.000),
REFERENCIA INFORMATIVA ABSOLUTA CON 3,8 PUNTOS DE
VENTAJA SOBRE ANTENA 3 (11,7% Y 1.503.000)**

- De **lunes a domingo (14,6% y 1.908.000)** también lidera de forma absoluta entre todas las cadenas y se impone con superioridad a su competidor en 3,2 puntos (11,4% y 1.445.000).
- La **edición de sobremesa** (12,9% y 1.552.000) se sitúa **de lunes a domingo** como la primera opción entre las televisiones comerciales frente al 12,7% de *share* y 1.521.000 espectadores de Antena 3.
- **De lunes a viernes, las ediciones de sobremesa** crecen hasta un 13,6% de *share* y 1.665.000 espectadores, imponiéndose en 1,1 puntos a Antena 3 (12,5% y 1.521.000).
- **Informativos Telecinco Fin de Semana 21:00h** (12,6% y 1.555.000), 1,7 puntos sobre Antena 3 Noticias 2 Fin de Semana (10,8% y 1.335.000).

- **En su conjunto total**, la suma de las ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo, anota un 13,8% de *share* y 1.730.000 espectadores, 1,7 puntos más que su inmediato competidor (12,1% y 1.485.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **‘Ella es tu padre’** (14,4% y 2.081.000) lidera entre todos los *targets*, anotando un destacado 19,6% en jóvenes de 13 a 24 años y un 17,5% en espectadores de 25 a 34 años.
- **‘Mi casa es la tuya’** (16,4% y 2.247.000) firma su tercer mejor mes en cuota. Es primera opción de su franja en mujeres (20,4%), en menores de 35 años (16% en 13-24 y 15,4% en 25-34) y en mayores de 64 años (20,3%)
- **‘Gran Hermano Revolution’** (15,9% y 1.657.000), líder en su franja de emisión, es también primera opción en *target* comercial (17,4%), en mujeres (19,7%), en jóvenes de 13 a 24 años (26%) y en espectadores de 25 a 34 años (25,2%).
- **‘La Voz’** (19,8% y 2.523.000) estrena su quinta edición como líder absoluto de su franja y en todos los *targets* sociodemográficos.
- **‘Sálvame Deluxe’** (15,4% y 1.527.000) se mantiene imbatible en su franja y casi duplica a Antena 3 (8% y 792.000).
- **‘Gran Hermano Revolution. El debate’** (11,5% y 1.401.000) supera en su banda horaria a Antena 3 (9,7% y 1.172.000) y lidera en jóvenes de 13 a 24 años (18,6%) y espectadores de 25 a 34 años (18,1%).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** anota el segundo mejor septiembre de los últimos ocho años con un 19,5% de cuota y 551.000 espectadores. Duplica su ventaja con ‘Espejo Público’ (15,3% y 411.000), que firma el dato más bajo desde 2011. Logra el mejor *target* comercial de su franja (19,1%), 2,2 puntos más que Antena 3 (16,9%).
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** (11,2% y 685.000) mantienen un mes más su liderazgo en el *target* comercial (14,8%) y destaca en jóvenes de 13 a 24 años (27,2%).
- **‘Cámbiame’** (11,4% y 1.199.000), oferta preferida entre las televisiones comerciales a casi 3 puntos de distancia de su principal competidor (8,5% y 893.000), lidera el *target* comercial de su franja (12,6%).
- **‘Sálvame diario’**, con la suma de sus ediciones ‘Limón’ y ‘Naranja’ (16,1% y 1.626.000), mantiene el liderazgo de su franja. Supera 4,2 puntos en su franja a Antena 3 (11,9% y 1.201.000), a la que se impone en todos los *targets*.

- **'Pasapalabra'** (15,3% y 1.571.000) continúa imbatible en su banda horaria y suma 2,7 puntos más que su principal competidor (13,6% y 1.400.000).

Cuatro (6,4%), única generalista privada que no baja en septiembre, se impone a La Sexta en *target* comercial (7,6% vs 7,3%)

- Mantiene su cuota de pantalla respecto a septiembre de 2016, al contrario que La Sexta, que pierde 0,2 puntos.
- Por territorios, se impone a La Sexta en Andalucía (6,7% vs 6,3%), Canarias (6,5% vs 5,7%), Castilla La Mancha (6,3% vs 5,8%), Asturias (6,2% vs 6,1%) y Murcia (7,0% vs 5,7%).
- Cuatro ha liderado de manera ininterrumpida mes a mes el *target* comercial de 2017 frente a La Sexta. Su 7,6% en *target* comercial supone un incremento de 0,2 puntos respecto a 2016. Su competidor directo, sin embargo, pierde 0,2 puntos frente al mismo periodo del año pasado y desciende al 7,3%.
- Un mes más es la **tercera cadena comercial para menores de 55 años**, con 1,2 puntos de diferencia respecto a su competidor (7,4% vs 6,2%).
- En *prime time*, Cuatro (6,6%), mantiene la cuota del mismo mes del año pasado, al contrario que La Sexta que baja 3 décimas. Se impone en las noches de los miércoles (7,8% vs 6%), sábado (9,3% vs 8,5%) y domingo (8% vs 6,1%).
- En *day time* (6,4%) crece 0,1 puntos respecto a 2016 y La Sexta en cambio baja 3 décimas (6,5%).
- En el resto de franjas, Cuatro lidera frente a su competidor en la mañana (6,6% vs 6,2%), sobremesa (7,1% vs 6,8%) y *late night* (7,1% vs 7%).
- En su *core target* -espectadores de 16 a 54 años- Cuatro vence a La Sexta en total día (7,8% vs. 6,8%), *prime time* (8,8% vs. 7,4%), *day time* (7,4% vs 6,5%) y *late night* (8,4% vs. 7%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **Noticias Cuatro I de lunes a viernes** anota su máximo de los últimos 25 meses (marzo de 2015) con un 12% y 1.184.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro I Fin de Semana** bate su récord histórico en septiembre, un 10,6% y 887.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** (7,8% y 933.000) crece más de 1 punto respecto a julio, prácticamente duplicando a La Sexta (4,1% y 493.000).

Aumenta hasta el 9,4% en *target* comercial, donde dobla la oferta de su competidor (4,6%). Su mejor dato reside en jóvenes de 13 a 24 años (11,8%).

- **‘Las Mañanas de Cuatro’** crece 1,2 puntos respecto al mes anterior y anota un 10,9% y 660.000 espectadores.

EUROBASKET 2017

- Los partidos de la Selección Española de Baloncesto anotan una media de 14,7% de *share* y 1.685.000 espectadores con la semifinal frente a Eslovenia como el partido más visto (21,7% y 3.044.000).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘Dani y Flo’** (430.000 y 3,6%) anota el segundo mejor dato mensual histórico (sólo superado por el dato de marzo'17) (452.000 espectadores,) imponiéndose a La Sexta en público joven de 13 a 24 años (7,2%) frente al 5,6% de su competidor.
- **‘Ven a cenar conmigo’** se sitúa sobre La Sexta en espectadores de 13-24 años (6,7% vs 3,9%) y 25-34 años (9,1% vs 5,9%). Los datos del programa en su horario habitual (sólo access PT -se excluye el estreno en PT-), superan también a La Sexta en la franja en menores de 35 años, con un 7% vs. 2,8% en 13-24 años y 8,2% vs. 5,7% entre los espectadores de 25-34 años.

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **‘First Dates’ (L-J)** crece hasta un 7,3% de *share* y 1.199.000 seguidores y en *target* comercial hasta el 9,1%, imponiéndose en las principales franjas de edad: 9,7% vs. 5,3% en espectadores de 13 a 24 años y 10,6% vs. 7,9% en público de 25 a 34 años.

En su edición de los viernes, **‘First Dates’**, destaca el público de 13 a 24 años (8,1% vs 5%).

- **‘Verano en el punto de mira’** (7,4% y 1.080.000 en septiembre) cierra su primera temporada con un 8,9% de *share* medio. Supera a La Sexta en *target* comercial (8,1% vs 7,7%), en 25-34 años 7,9% frente al 7,7% de su competidor, y un 7,5% en 13-24 ante el 5,7% de La Sexta.
- **‘La línea roja’** (6,2% y 917.000) se estrena superando a La Sexta en espectadores de 25 a 34 años (9,5% vs 4,7%) y público de 35-54 años (6,5% vs 6,1%).
- **‘Héroes, más allá del deber’** (8% y 1.035.000) supera al 7,3% de su competidor en franja y debuta en la parrilla de Cuatro como líder absoluto entre el público de 13-24 años (12,9%), frente al 5,9% de su rival. Además, le supera también en públicos menores de 55 años, 25-34 años (9,6% vs 7,7%) y los 35-54 años (9,5% vs 8,2%).

- **‘Quién quiere casarse con mi hijo’** (7,9% y 938.000 frente al 5,2% y 610.000 de la oferta de La Sexta) estrena su quinta temporada nuevamente como líder absoluto entre los espectadores menores de 35 años, donde promedia un 15,5% de *share*. La Sexta se queda a 10,9 puntos con un 4,6%. En la franja que va de los 25 a 34 años, el *dating show* anota un 20,1%, frente al 3,9% de su competidor.

En *target* comercial, ‘Quien quiere casarse con mi hijo’ marca un 11,1%, más de 5 puntos por delante de la oferta de La Sexta (6%).

- **‘Volando voy’** (9,3% y 1.640.000 espectadores) estrena su tercera temporada con récord de cuota de pantalla y número de espectadores. Sobresale en espectadores de 35-54 años con un 10,7% y supera a La Sexta entre el público de 4-12 años (8,9% vs. 8,1%).
- **‘Cuarto Milenio’**, con 8,3% de *share* y 1.044.000 fieles, crece al 10,1% en *target* comercial y se posiciona por delante de La Sexta en todos los espectadores menores de 55 años (9,7% vs 5,7%). Destaca en la franja de 35 a 54 años, donde anota un 10,9% frente al 6%.
- En cine, **‘El Blockbuster’** (8,3% y 1.052.000), crece 2,4 puntos en *target* comercial (10,7%) y su mejor dato por edades lo anota entre los espectadores de 35 a 54 años (11,3%).
- La doble entrega de **‘Home Cinema’** (7,5% y 899.000 / 5,9% y 603.000 se impone a La Sexta también (4,6% y 559.000 / 3,9% y 393.000).

CANALES TEMÁTICOS

- Los canales temáticos de Mediaset España suman un 9,1% de *share*, aventajando en 1,5 puntos a Atresmedia (7,6%).
- **Factoría de Ficción** (3%), líder de las televisiones temáticas, encadena 66 meses de liderazgo ininterrumpido y anota un 9,1% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años, casi 3 puntos más que su inmediato competidor (6,2%), solo superado por Telecinco y Antena 3. En T.I. Aventaja en 0,6 puntos a Neox (2,4%), al que también supera en *target* comercial (3,8% vs. 3,2%). La película Zooloco (4% y 626.000 espectadores) ha coronado el ranking de emisiones del canal en septiembre.
- **Divinity** (2%) supera un mes más a Nova en *target* comercial (2,5% vs. 2,1%), rival al que también bate en mujeres de 16 a 44 años (3,4% vs. 3,3%). la emisión de "sofá, cine y Divinity: Amor al primer ladrido" ha sido su emisión más vista del mes con un 3,2% de *share* y 490.000 espectadores.
- **Energy** (2,1%) anota su mejor septiembre y se impone a Mega (1,8%) por 15° mes consecutivo. Logra un destacado 2,4% de *share* en *target* comercial, el mejor alcanzado por la cadena en un mes de septiembre, 0,3 puntos más que su inmediato competidor (2,1%). CSI Miami (3,4% y 567.000) ha sido la emisión más seguida.

- **Boing** (1,3%), **canal infantil líder de la televisión comercial**, supera un mes más a Disney Channel (1,1%), canal al que se impone por 34º mes consecutivo en niños de 4 a 12 años (11,8% vs. 9,6%). Somos osos (2,8% y 357.000 espectadores ha sido el espacio con mayor audiencia del canal durante el mes.
- **Be Mad** (0,7%) iguala su segundo mejor dato histórico. Crece en *target* comercial (0,9%) y en su *core target*, hombres de 16 a 44 años (1%), superando a los canales Real Madrid HD (0,4%), Ten (0,4%) y DKiss (0,9%). La emisión más vista de septiembre ha sido el partido de Eurobasket Italia - Serbia con un 1,6% y 221.000 espectadores.

MEDIASET ESPAÑA (28,1%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO POR 41º MES CONSECUTIVO

- Aventaja en 2,1 puntos a Atresmedia (26%) y se impone también a su competidor en *target* comercial (30,1% vs. 27,8%), sumando 19 meses de liderazgo consecutivo.
- Supera un mes más a su rival en las franjas de *prime time* (27,1% vs. 26,4%) y de *day time* (28,5% vs. 25,9%).
- Es el grupo que más público joven atrae: un 34,7% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 31,1% en los espectadores de 25 a 34 años.