

Madrid, 13 de septiembre de 2017

AUDIENCIAS MARTES 12 DE SEPTIEMBRE

‘El programa de Ana Rosa’ (22,3% y 638.000), líder de su franja, obtiene su mayor distancia sobre ‘Espejo público’ (13,7% y 373.000) de los últimos 6 años

- El magacín matinal, que logró su mejor dato desde mayo, creció hasta el 22,8% en *target* comercial y lideró entre todos los *targets* mayores de 13 años y en 12 de los 14 mercados geográficos, registrando sus mejores resultados en Valencia (30,4%), Andalucía (26,9%), Madrid (26,5%), Asturias (24,6%), Aragón (24,2%) y Euskadi (22,4%).
- **‘Mi casa es la tuya’** (16,8% y 2.294.000), emisión no deportiva más vista del día, creció 1 punto respecto a su estreno y lideró su banda horaria superando en 3,6 puntos a Antena 3 (13,2% y 1.802.000).
- El programa de entrevistas presentado por Bertín Osborne fue la primera opción entre espectadores de 25 a 34 años (16%) e incrementó su media nacional en Andalucía (22,9%), Murcia (22,8%), Aragón (22,3%), Asturias (18,3%), Castilla y León (17,7%), Galicia (17,4%) y Euskadi (16,9%).
- **‘Sálvame Limón’** (12,7% y 1.562.000) y **‘Sálvame naranja’** (17,2% y 1.772.000) lideraron un día más sus respectivas bandas horarias sobre Antena 3 (10% y 1.227.000 – 11,8% y 1.223.000).

Cuatro supera en 1,6 puntos a La Sexta (7,8% vs. 6,2%)

El partido de Eurobasket Alemania-España (19,7% y 2.008.000) lidera y cuadruplica en su banda horaria a La Sexta (4,7% y 478.000)

- Logró su mejor *share* de la competición, dominó el *target* comercial (27,7%) y se impuso en todos los *targets* de edad excepto en mayores de 64 años.
- Lideró en 10 de los 14 mercados geográficos obteniendo los mejores resultados en Aragón (27,4%), Madrid (25,7%), Canarias (22,9%), Castilla y León (21,8%), Galicia (21,7%), Euskadi (21,1%) y Andalucía (19,7%).

- **‘Noticias Cuatro Deportes’** (8% y 995.000) superó en 3,1 puntos a su inmediato competidor (4,9% y 604.000) al que superó en todos los targets mejores de 64 años. Creció hasta el 10,3% en *target* comercial y el 10,5% en espectadores de 16 a 54 años, *core target* del canal.
- **‘Cine Cuatro: Cowboys & Aliens’** (6,3% y 786.000), por encima de La Sexta en su franja (5,7% y 709.000), obtuvo sus mejores registros en jóvenes de 13 a 24 años (8,1%).
- **‘First dates’** (6,7% y 1.151.000), segundo espacio más visto ayer en Cuatro, creció hasta el 8,3% de cuota en *target* comercial y hasta el 9,2% en espectadores de 16 a 54 años, *core target* del canal.
- **Cuatro** superó a La Sexta en total día (7,8% vs. 6,2%), mañana (7,6% vs. 6,9%), tarde (13,3% vs. 6,2%), *day time* (8,8% vs. 6,3%) y *late night* (6,7% vs. 6,3%). Entre los espectadores del *target* comercial se impuso a su competidor en sus tres franjas: total día (9,2% vs. 6,6%), *day time* (10,6% vs. 6,8%) y *prime time* (6,7% vs. 6,3%).

FDF (3,2%), líder entre los temáticos con el ‘Cine: Zooloco’ como lo más visto (4% y 626.000)

- Superó a sus competidores en *day time* (3,4%), sobremesa (4%), *prime time* (2,8%) y *late night* (6,6%). Dominó en el *target* comercial de total día (4,2%), *day time* (4,6%) y *prime time* (3,4%).

Energy (2,4%), tercer canal más visto entre los temáticos