

Madrid, 14 de diciembre de 2016

La compañía es líder en el *target* más demandado por los anunciantes, así como entre los *millennials*, de elevado poder prescriptor

Mediaset España adapta su *target* comercial al nuevo índice socioeconómico y lo amplía hasta los 59 años

- Publiespaña adapta este parámetro a los nuevos indicadores con los que Kantar Media identifica a los individuos de 16 a 59 años residentes en poblaciones con más de 10.000 habitantes y que cuentan con un determinado nivel de ingresos en función de los estudios y profesión del sustentador principal de la familia, el tamaño del hogar y el número de miembros con ingresos
- Esta nueva clasificación representa un universo televisivo de 20,6 millones de individuos, el 53% de la población con más de 16 años
- Mediaset España lidera esta variable en lo que va de año tanto en total día (31,6%) como en *prime time* (31,5%), con Telecinco como sólido referente en *target* comercial entre todas las televisiones con un 13,8% de cuota
- El grupo es igualmente la primera opción del ocio televisivo entre los apreciados *millennials* con un 36,7% de *share* entre enero y noviembre

Mediaset España adaptará a partir del 9 de enero su *target* comercial conforme a las modificaciones introducidas por Kantar Media en la **nueva definición de clases sociales** derivada de la realidad socioeconómica actual y que incluye hasta siete cortes diferentes -A1, A2, B, C, D, E1 y E2- que reemplazarán definitivamente a las tradicionales clases alta, media y baja en términos de medición de audiencia.

De esta forma, el *target* comercial manejado por Publiespaña para todos los canales de Mediaset estará compuesto por individuos de 16 a 59 años residentes en poblaciones con más de 10.000 habitantes y pertenecientes a todos los tramos económicos a excepción del E2, el de menor poder adquisitivo. Los nuevos cortes determinan el índice de ingresos del individuo en función de la combinación de una serie de variables como el nivel de estudios, la profesión y la actividad del sustentador principal de la familia, el tamaño del hogar y el número de miembros con ingresos en cada uno de ellos.

El nuevo *target* representa un **universo televisivo de 20,6 millones de individuos**, es decir, el **53% de la población con más de 16 años**. **Mediaset España, líder histórico en el *target* comercial tradicional**, se sitúa también en esta nueva

composición como **referencia absoluta con un share del 31,6%** en lo que va de año en total día, 1,8 puntos más que Atresmedia (29,8%).

En *prime time*, la compañía es igualmente la referencia entre el público comercial con una cuota de pantalla del 31,5% entre enero y noviembre del presente año, 0,5 puntos más que Atresmedia (31%). En este sentido, Mediaset España copa ocho de las 10 emisiones más vistas de 2016 por el nuevo *target* comercial, ofrecidas por Telecinco:

	Título	Cadena	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Cuota	AM(000)
1	LA QUE SE AVECINA	T5	05/04/2016	22:39:58	24:20:42	30,6	2616
2	EL PRINCIPE	T5	20/04/2016	22:45:03	24:23:59	29,3	2415
3	LA QUE SE AVECINA	T5	26/04/2016	22:35:59	24:24:27	26,8	2240
4	LA QUE SE AVECINA	T5	19/04/2016	22:43:15	24:38:13	28,3	2228
5	LA QUE SE AVECINA	T5	12/04/2016	22:36:57	24:33:42	26,8	2147
6	LA QUE SE AVECINA	T5	10/05/2016	22:42:04	24:35:03	26,9	2121
7	LA QUE SE AVECINA	T5	10/10/2016	22:44:30	24:37:14	30,2	2114
8	LA EMBAJADA	A3	25/04/2016	22:45:59	24:08:49	24,2	2043
9	SALVADOS	LA SEXTA	21/02/2016	21:38:02	22:39:14	23,0	2035
10	LA QUE SE AVECINA	T5	28/11/2016	22:41:22	24:33:34	27,7	2028

*Sin eventos deportivos

Mediaset España mantiene a los *millennials* dentro del *target* comercial y lo amplía hasta los 59 años

En la nueva definición del *target* comercial Mediaset España mantiene, a diferencia de otros operadores, a los individuos de 16 a 24 años, denominados ***millennials***, por erigirse como un **sector de la población enormemente influyente para las marcas**, especialmente en determinados sectores como tecnología, moda, viajes, cine, cultura, gastronomía y deporte. Este segmento específico, integrado por individuos de una generación eminentemente móvil -son los primeros nativos digitales- y con un poder determinante en las decisiones de compra del hogar, **Mediaset España también es la principal referencia en lo que va de año con un 37,2% de share**, logrando un peso un 21% superior al que alcanza su principal competidor, Atresmedia (30,8%).

Adaptado a la nueva realidad

El nuevo *target* comercial llega a los 59 años, en una decisión estrechamente vinculada al propio desarrollo de la sociedad, cuya nueva realidad económica y social hace que las marcas tengan cada vez más interés por este tramo, de elevado poder adquisitivo y con un perfil de gran consumidor.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



@mediasetcom

/mediasetesp

@mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom