

Madrid, 25 de octubre de 2012

DESTACADOS AUDIENCIAS 24 DE OCTUBRE

MEDIASET ESPAÑA (33,2%) Y TELECINCO (21,1%) MARCAN SUS DATOS MÁS ALTOS DEL AÑO SIN FÚTBOL

EL GRUPO CRECE EN TARGET COMERCIAL HASTA EL 37,7% DE SHARE Y LA CADENA HASTA EL 24%

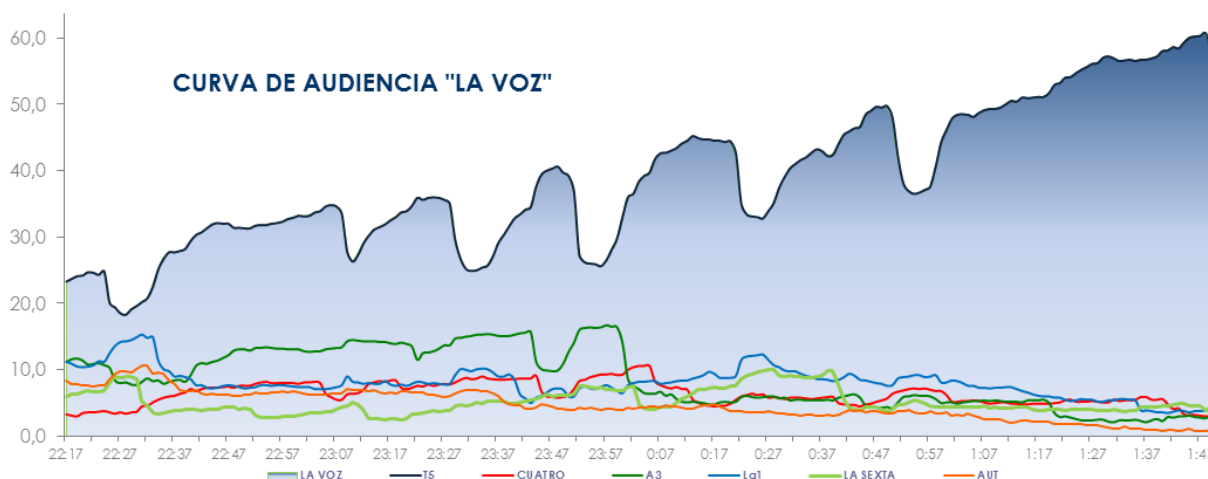
5

“LA VOZ” IGUALA SU RÉCORD DE SHARE (35,5%) Y SUPERA LOS 7,2 MILLONES DE ESPECTADORES EN EL MINUTO DE ORO

El arranque de “Las Batallas” (35,5% y 5.336.000) arrasó en su franja de emisión con 25,6 puntos de ventaja sobre la segunda opción



Anotó el *minuto de oro* de la jornada (23:48 h.) con 7.228.000 espectadores (40,6%) y alcanzó la mayor concentración de cuota a las 01:48 horas con un 60,7% de share (3.867.000.000). 13,4 millones de personas conectaron con el concurso



Batió su *récord en target comercial* al crecer hasta el 40,7% de share, el más alto de todos los programas emitidos ayer en televisión

Propició a la cadena un 22,5% de share en *prime time* y un 42,3% en *late night*

| LIDERAZGOS "LA VOZ" | | | |
|---------------------|------|------|------|
| Targets | T5 | A3 | LA1 |
| Ind. 4+ | 35,5 | 9,9 | 8,4 |
| T.C. | 40,7 | 9,2 | 6,0 |
| Hombres | 29,2 | 7,4 | 10,4 |
| Mujeres | 40,9 | 12,0 | 6,7 |
| 4-12 | 37,0 | 13,0 | 4,3 |
| 13-24 | 50,7 | 7,5 | 4,1 |
| 25-34 | 41,9 | 9,2 | 5,5 |
| 35-54 | 37,4 | 9,5 | 6,8 |
| 55-64 | 31,0 | 10,2 | 10,5 |
| 65 y mas | 24,4 | 11,5 | 14,3 |
| ALTA-MEDIA ALTA | 30,1 | 9,7 | 7,5 |
| MEDIA | 36,6 | 10,3 | 8,2 |
| MEDIA BAJA | 37,6 | 10,0 | 9,2 |
| BAJA | 37,6 | 7,0 | 10,3 |
| AND | 36,8 | 11,5 | 8,2 |
| CAT | 29,5 | 7,0 | 4,6 |
| EUS | 30,3 | 9,8 | 8,5 |
| GAL | 33,3 | 7,1 | 8,1 |
| MAD | 31,6 | 11,2 | 8,6 |
| VAL | 39,1 | 11,5 | 7,2 |
| CLM | 40,7 | 11,7 | 9,6 |
| CAN | 47,8 | 3,5 | 6,1 |
| ARAGON | 32,8 | 8,4 | 9,7 |
| ASTURIAS | 41,1 | 7,1 | 12,7 |
| BALEARES | 45,1 | 8,1 | 5,3 |
| MURCIA | 36,8 | 9,5 | 9,0 |
| CASTILLA Y LEÓN | 31,1 | 15,9 | 14,0 |
| RESTO | 34,6 | 12,4 | 14,3 |

Lideró de manera absoluta en todos los *targets* de edad y clase social, alcanzando el 50,7% de cuota de pantalla en los espectadores 13-24 años y el 41,9% en el grupo 25-34 años

Fue la primera opción también en todos los mercados geográficos, destacando los datos obtenidos en Canarias (47,8%), Baleares (45,1%), Asturias (41,1%), Castilla-La Mancha (40,7%), Valencia (37,1%), Andalucía (36,8%) y Murcia (36,8%)

El espacio previo a la gala, "La Voz: comienzan Las Batallas" -segunda emisión más vista del día (3.084.000 y 15,2%)- también lideró con holgura en su horario

Marcó un nuevo récord en Twitter con 36 *trending topics* nacionales y 21 mundiales

Durante su emisión generó 312.223 comentarios en redes y 3.713 comentarios por minuto a las 01:14 horas

OTROS TITULARES DE LA JORNADA

"El programa de Ana Rosa", *magazine* matinal líder con un 20,5% de *share* y 575.000 espectadores, creció en *target* comercial hasta el 21,4%

Informativos Telecinco 21:00 horas (2.450.000 y 14,1%) e Informativos Telecinco 15:00 horas (2.021.000 y 14,9%) fueron líderes en información entre las cadenas comerciales

"Sálvame diario" (2.029.000 y 17,6%) y "Pasapalabra" (2.180.000 y 15,7%) propiciaron una nueva victoria de Telecinco en la tarde (18,8%)



EL FINAL DE LA CUARTA TEMPORADA DE "CASTLE" (7,6% Y 1.490.000 EN SU DOBLE ENTREGA) SUPERA A LA PELÍCULA "SPEED" DE LA SEXTA (5,1% Y 900.000)



FACTORÍA DE FICCIÓN LIDERA UN DÍA MÁS ENTRE LOS TEMÁTICOS (3%) CON CAUTRO EMISIONES EN EL RANKING DE LAS DIEZ MÁS VISTAS DE LA JORNADA EN ESTE ÁMBITO



BOING, NUEVAMENTE POR DELANTE DE DISNEY CHANNEL TANTO EN TOTAL DÍA (1,3% VS. 1,1%) COMO EN TARGET INFANTIL (12% VS. 11,2%)

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

