

MEDIASET *españa.*



Madrid, 1 de abril 2018

AUDIENCIAS MARZO

MEDIASET ESPAÑA (28,7%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO DEL MES CON SU MEJOR DATO DEL CURSO

Telecinco (14,2%) lidera marzo con récord de temporada y supera en 1,8 puntos a Antena 3 (12,4%), su mayor ventaja desde julio de 2017

Suma 14 meses de liderazgo consecutivo y es la cadena que más crece (1,3 puntos) respecto a febrero

Es líder del *target* comercial (13,3%) y del *day time* (14,0%), con sus mejores datos desde junio de 2017 y del *prime time* (14,7%), con la mayor ventaja desde julio de 2017 (2,1 puntos) frente a Antena 3 (12,6%)

También es la primera opción en la mañana (13,9%), la tarde (16,0%) y el *late night* (17,1%)

- Por grupos de edad, es la televisión más vista entre espectadores todos los *targets*.
- Telecinco es la opción preferida en 5 de las 7 noches de la semana y la cadena que más jornadas lidera del mes (26), el 84% de los días disputados. También es líder en 10 de los 14 mercados geográficos: Asturias (21,1%), Canarias (17,8%), Euskadi (16,6%), Murcia (16,3%), Madrid (15,0%), Andalucía (14,6%), Valencia (14,6%), el denominado 'Resto' (14,5%), Baleares (13,9%) y Galicia (13,7%).
- Sitúa 12 emisiones entre las más vistas del mes entre todas las televisiones: **el partido amistoso de la Selección Española frente a Argentina**, que con

6.344.000 espectadores y un 34,8% de *share* es el amistoso **más visto desde el 5 de marzo de 2014**, en el que España se enfrentó a Italia (34,4% y 6.994.000 espectadores), el **partido amistoso** entre Alemania y España (28,5% y 4.892.000), seis ediciones de **Informativos Telecinco 21:00h** (21,5%-4.314.000, 20,1%-3.657.000, 18,4%-3.465.000, 17,5%-3.188.000, 18,1%-3.175.000 y 18,3%-3.142.000), **'Supervivientes Express'** (17,2% y 3.326.000), dos emisiones de **'La Voz Kids'** (23,3%-3.227.000 y 23,3%-3.087.000) y **'Viva la vida'** (20,8% y 3.227.000).

INFORMATIVOS TELECINCO 21:00 (L-V) (16,9% Y 2.837.000), REFERENCIA ENTRE TODAS LAS TELEVISIONES

- Presentado por Pedro Piqueras, **Informativos Telecinco 21:00h de lunes a viernes** marca un 17,0% de *share* y 2.837.000 espectadores, su mejor dato desde enero de 2017. Crece más de 1 punto respecto al mes anterior y supera en 4,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,4% y 1.980.000), que se sitúa en tercera posición después de Telediario 2 de TVE I (13,7% y 2.363.000).
- **En sus principales ediciones de lunes a domingo, Informativos Telecinco** (15,0% y 2.240.000) logra récord de espectadores desde febrero de 2016. Supera su marca en 1,2 puntos respecto al mes pasado y se impone en 0,5 puntos a Antena 3 Noticias (14,5% y 2.133.000).
- Tras crecer 1,6 puntos respecto a febrero, **la edición de noche de lunes a domingo** (16,3% y 2.703.000) también lidera de forma absoluta entre todas las cadenas, imponiéndose a su competidor en 4,2 puntos (12,1% y 1.949.000), una vez más superado por Telediario 2 de TVE I (13,5% y 2.330.000).
- **De lunes a viernes, la media de las ediciones de sobremesa y noche de Informativos Telecinco** (15,3% y 2.277.000) supera a Antena 3 Noticias (15,1% y 2.202.000). Por su parte, **la edición de las 15:00h**, presentada por David Cantero e Isabel Jiménez, alcanza un 13,3% de *share* y 1.784.000 espectadores.
- **Informativos Telecinco 15:00h Fin de Semana** anota un 13,7% de cuota y 1.854.000 espectadores, su mejor registro en espectadores desde octubre de 2008. Incrementa su cuota en 1,4 puntos respecto al mes anterior.
- **La edición de prime time de sábados y domingos** crece 3 puntos respecto a febrero y marca un 15,0% de *share* y 2.450.000 espectadores, su máximo desde marzo de 2009. Se impone en 3,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 Fin de Semana (11,5% y 1.887.000).
- **Informativos Telecinco Fin de Semana** promedia un 14,4% de *share* y 2.163.000 espectadores, su mejor registro desde octubre de 2008. Aventaja en 1,4 puntos a su inmediato competidor (13,1% y 1.974.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **'Supervivientes'** (25,2% y 2.825.000), líder indiscutible la noche de los jueves con una ventaja de 18,1 puntos sobre Antena 3 (7,1% y 795.000). Es la opción favorita en todos los *targets* arrasando en jóvenes de 13 a 24 años (29,3%).

- La gala de los martes de **‘Supervivientes: tierra de nadie’** (21,5% y 2.607.000) supera la edición anterior y marca 7,5 puntos de distancia respecto a su competidor (14,0% y 1.700.000).
- El debate de los domingos **‘Supervivientes: conexión Honduras’** (17,5% y 2.433.000) también mejora los resultados de la temporada pasada. Lidera su banda horaria y todos los *targets* sociodemográficos con una ventaja de 6,2 puntos sobre Antena 3 (11,3% y 1.572.000).
- **‘La Voz Kids’** (20,7% y 2.784.000), líder absoluto de su franja, triplica a Antena 3 en su franja (6,7% y 898.000). Es la primera opción en todos los *targets* destacando en jóvenes de 13 a 24 años (27,7%).
- **‘Got Talent’** (18,1% y 2.067.000), primera opción en su franja de emisión entre todas las cadenas, a 2,8 puntos de su competidor (15,3% y 1.750.000) con sus mejores resultados en jóvenes 13-24 años (24,2%).
- **‘Sábado Deluxe’** (15,1% y 1.790.000), líder de su banda horaria, anota su segundo mejor mes de la temporada y se sitúa 6,8 puntos por encima de su principal competidor (8,3% y 971.000).
- **‘Mi casa es la tuya’** (13,1% y 1.943.000) es la primera opción de su franja y en todos los *targets* sociodemográficos. Supera en más de 2 puntos a Antena 3 (10,9% y 1.619.000).
- **‘Volverte a ver’** (13,8% y 1.330.000) alcanza su mejor mes histórico y supera en su franja a su competidor (10,7% y 1.031.000).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** (19,1% y 770.000) bate su récord mensual de la década. Aumenta su ventaja sobre ‘Espejo Público’ respecto a febrero (16,9% y 6213.000) y crece hasta el 20,5% de cuota en *target* comercial. En la franja coincidente de ambos (9:01-13:26), Telecinco marca un 19,7% y 729.000 espectadores y Antena 3 un 17,2% y 638.000 espectadores, anotando una ventaja de +2,5 puntos.
- **‘Sálvame diario’** anota récord en número de espectadores desde abril de 2016 con la suma de sus ediciones ‘Limón’ y ‘Naranja’ (16,7% y 1.916.000). Supera en su franja en 4 puntos a su competidor (12,7% y 1.461.000).
- **‘Pasapalabra’** (16,0% y 2.213.000) alcanza su segunda mejor cuota de temporada, manteniéndose imbatible en su banda horaria a 1,4 puntos de Antena 3 (14,6% y 2.023.000).
- **‘Viva la vida’** (13,7% y 1.900.000) bate su récord histórico y supera al resto de cadenas en su franja, a una distancia de 2,1 puntos sobre Antena 3 (11,6% y 1.600.000).

Cuatro (6,1%) segundo mejor dato de temporada en target comercial (7,5%) y se impone a La Sexta en menores de 55 años (7,2% vs 6,7%)

- Crece 0,2 puntos respecto a febrero en total día.
- Es, un mes más, la televisión que mejor convierte su audiencia al *target* comercial, creciendo hasta el 7,5%. Supone una subida de 0,3 puntos respecto a febrero y 0,1 respecto a marzo de 2017, alcanzando el segundo mejor dato de la presente temporada.
- En *prime time* mantiene el 6,7% de *share*, y una subida de 0,3 puntos respecto al año pasado. En *day time* también crece 0,3 puntos respecto a febrero y marca un 5,9%. Finalmente, en *late night* anota un 7,6%, franja en la que se sitúa también por delante de su directo competidor (7,4%).
- Cuatro mantiene su liderazgo habitual sobre La Sexta en público menor de 55 años (7,2% vs. 6,7%) con la mayor distancia en jóvenes de 13 a 24 años, donde anota 3 puntos de distancia (7,9% vs 4,9%) y en público de 25 a 34 años, con 0,7 puntos de diferencia (7,2% vs 6,5%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **Noticias Cuatro 1** anota su máximo de espectadores desde octubre: 1.158.000 y 11% de *share*. Por su parte, **Noticias Cuatro 2** registra su mejor *share* del 2018, un 3,9% y 474.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro Fin de Semana** marca su récord histórico de espectadores en este mes con un 10,9% y 1.091.000 seguidores en su edición de mediodía y su segundo mejor marzo también en espectadores para la edición de tarde (6,7% y 949.000). La media de ambas ediciones suma un 8,4% de *share* y 1.017.000 espectadores, máximo de los últimos tres años.
- **'Las Mañanas de Cuatro'** anota su récord anual (10,2% y 674.000). Antes, su previo 'primera hora' marca un 5,8% y 228.000 espectadores.

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN PROPIA

- **'Mujeres y hombres y viceversa'** (3,3% y 425.000) es la primera opción de su franja entre los jóvenes de 13-24 años con un 11,3%. Supera a La Sexta entre los menores de 34 años (7,2% vs. 6,6%).
- **'Ven a cenar conmigo'** (5,6% y 897.000) se impone por casi 2 puntos en *target* comercial (8,5% vs 6,7%) y en menores de 55 años (8,2% vs 5,9%), con especial

relevancia en público de 25 a 34 años, promediando un 9,8% frente al 5,5% de su competidor y entre jóvenes de 13 a 24 años (8,5% vs 3,4%).

- **‘Ven a cenar conmigo. Gourmet Edition’** (9,4% y 1.525.000) confirma su condición del programa revelación de la temporada al cerrar su primera edición con tendencia alcista, rozando el 10% de *share* y 1.611.000 espectadores. Se impone a La Sexta en todos los *targets*, con 4,5 puntos de diferencia en *target* comercial (10,9% vs 6,4%) y con más 5 puntos en menores de 35 años (12,2% vs 7,1%).
- **‘First Dates’ (L-J)**, (6,9% y 1.297.000) continúa por delante de La Sexta en menores de 55 años (8,4% vs. 7,2), destacando en público de 25 a 34 años (9,7% vs. 7,3%). **‘First Dates Viernes’** (6,6% y 1.108.000) supera a su competidor en *target* comercial (8,9% vs. 7,0%) y también entre los menores de 55 años, anotando sus mejores datos entre los espectadores de 25-34 años (10,1% vs. 6,8%).
- **‘En el punto de mira’** (8,4% y 1.349.000) crece 0,6 puntos respecto a febrero e incrementa 1,6 puntos hasta el 10% en *target* comercial. Supera a La Sexta en público menor de 34 años (10,3% vs 7,7%). El 19 de marzo anotó su récord histórico con un 13,7% y 2.320.000 espectadores.
- **‘Planeta Calleja’** (11,2% y 2.222.000), primera opción de su franja en *target* comercial (13,6%), se impone a Antena 3 en 2 puntos y a La Sexta en 0,5 puntos. En espectadores de 25 a 34 años anota un 14,6%.
- **‘Cuarto Milenio’** (8,2% y 972.00) supera a La Sexta en *target* comercial (10,4% vs. 9,1%) y sobresale en espectadores de 25 a 34 años (9,9% vs 7,7%) y de 35 a 54 (10,6% vs 9,5%).

CINE Y FICCIÓN INTERNACIONAL

- **‘Mentes criminales’** (5,4% y 909.000) crece 2,1 puntos hasta el 7,5% en *target* comercial, frente al 6,8% de su competidor.
- **‘El Blockbuster’** (8,7% y 1.343.000) anota un 11,2% en *target* comercial y supera en 1,2 puntos a su principal competidor (7,5% y 1.153.000).
- **‘Home Cinema 1’** (7,6% y 1.047.000) se impone a La Sexta (5,6% y 774.000) y en *target* comercial (9,6% vs. 7,1%), con sus mejores datos en espectadores de 13 a 24 años (10,5% vs. 5,9%) y público de 25 a 34 años (8,7% vs. 6,4%).
- **‘Home Cinema 2’** (6,1% y 783.000) frente al 4,4% de *share* y 565.000 espectadores de La Sexta. También supera a su competidor en *target* comercial (7,5% vs. 5,4%) y su mejor dato lo consigue en público de 13 a 24 años (8,5% vs. 4,4%).

Los canales temáticos de Mediaset España, líderes con 8,4% de share

- **Factoría de Ficción** (2,9%), líder temático de la televisión, encadena 72 meses de liderazgo consecutivo. Es el cuarto canal más visto por los jóvenes de 13 a 24 años (8,1%), *target* en el que supera en 2,6 puntos a Neox (5,5%). Gana también a su principal competidor en total individuos (2,4%) y en *target* comercial (3,7% vs. 3,4%). La comedia 'La que se avecina' (4,2% y 829.000 espectadores) ha sido su emisión más vista.
- **Boing** (1,2%) es el canal infantil líder de la televisión comercial con un 11,2% de share en niños de 4 a 12 años, 1,5 puntos por delante de Disney Channel (9,7%), canal al que bate por 39º mes consecutivo. La película 'Scooby-Doo: comienza el misterio' (2,0% y 376.000 espectadores) ha sido el espacio con mayor audiencia del mes.
- **Divinity** (2,0%) se impone por 46º mes a Nova en *target* comercial (2,5% vs. 2,2%), a la que supera igualmente en mujeres de 16 a 44 años (3,0% vs. 2,8%), *core target* del canal. 'Supervivientes: Resumen' (3,3% y 594.000 espectadores) encabeza el ranking de emisiones más vistas del mes.
- **Energy** (1,6%) eleva su media nacional en el *target* comercial hasta el 1,8% de share. El espacio 'Cinergetic: un canguro superduro (The pacifier)' (2,4% y 463.000 espectadores) ha sido la emisión más seguida de marzo.
- **Be Mad** (0,6%) supera en total individuos a los canales Ten (0,3%) y Real Madrid HD (0,3%). Incrementa su media nacional en el *target* comercial (0,8%) y en su *core target*, hombres de 16 a 44 años (1,0%), parámetros en los que también gana a Ten (0,4% y 0,5%) y a Real Madrid HD (0,3% y 0,2%). El programa 'Ven a cenar conmigo' (1,9% y 208.000) ha coronado el ranking de espacios más vistos del mes en Be Mad.

MEDIASET ESPAÑA (28,7%), GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER DE MARZO CON SU MEJOR DATO DE LA TEMPORADA

- Crece 1,1 punto respecto a febrero y supera en 1,8 puntos a Atresmedia (26,9%), a quien también aventaja en *target* comercial (30,4% vs. 28,9%).
- Tras crecer 1,3 puntos respecto a febrero, bate a su competidor en *prime time* (29,4% vs. 27,2%) y en *day time* (28,4% vs. 26,8%).
- Es también el grupo audiovisual que más público joven atrae: un 35,8% de share en jóvenes de 13 a 24 años y un 31,8% en los espectadores de 25 a 34 años frente al 26,7% y 29,2% respectivamente, de Atresmedia.