

MEDIASET *españa.*



Madrid, 1 de mayo 2018

AUDIENCIAS ABRIL

MEDIASET ESPAÑA (29,5%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO DEL MES CON SU MEJOR DATO DE LA TEMPORADA

Telecinco (15,2%), líder de abril con su mejor registro mensual y mayor distancia frente a Antena 3 (12,4%, +2,8 puntos) desde junio de 2016

Suma 15 meses de liderazgo consecutivo y es la única cadena generalista que crece (1 punto) respecto a marzo

'Supervivientes' se consolida como el programa de entretenimiento más visto de la temporada, con unos datos récord del 30,4% y 3.339.000 espectadores

- **Líder del target comercial (14,4%)** con su mejor dato desde junio de 2016, Telecinco es la cadena que más crece en este parámetro respecto al mes pasado (1,1 puntos) y a 2017 (2,1 puntos). Alcanza una ventaja de 2,4 puntos frente a su competencia (12%), la mayor distancia desde junio de 2016.
- **Es la televisión más vista del prime time** con un 15,3%, registrando su mejor dato mensual desde julio de 2016 y la mayor distancia de la temporada (+2,6 puntos) con Antena 3 (12,7%). Es también la cadena que experimenta las mayores subidas respecto al mes pasado (+0,6 puntos) y al año anterior (+1,8 puntos).
- **En day time se sitúa como primera opción** con un 15,2%. De nuevo es la televisión que más crece en esta franja frente a marzo de 2018 (+1,2 puntos) y abril de 2017 (+1,8 puntos).

- También es la primera opción en la mañana (14,4%), tarde (16,6%) y *late night* (22,4%), franjas en las que mejora respecto al mes pasado.
- Es la televisión más vista en todos los grupos de edad. Destaca entre los jóvenes de 25-34 años con un 13,9%, frente al 11,1% de Antena 3, convirtiéndose en la cadena preferida en este grupo por 37º mes consecutivo.
- Telecinco es la televisión más vista las 7 noches de la semana y la cadena que más jornadas lidera del mes (28), el 93,3% de los días disputados. También es líder en 10 de los 14 mercados geográficos: Asturias (22,3%), Canarias (19,8%), Euskadi (17,2%), Murcia (17,2%), Madrid (17,1%), Andalucía (15,9%), el denominado 'Resto' (15,5%), Valencia (15,2%), Baleares (14,4%) y Galicia (14,1%).
- Sitúa 12 emisiones entre las más vistas del mes entre todas las televisiones, con **'Supervivientes'** en sus diferentes formatos (gala, 'Express' y 'Conexión Honduras') e **Informativos Telecinco 21:00h** como espacios más seguidos del mes.

INFORMATIVOS TELECINCO 21:00 (L-V) (15,7% Y 2.425.000), REFERENCIA DE TODAS LAS TELEVISIONES

- **Informativos Telecinco 21:00h de lunes a viernes** marca un 15,7% de *share* y 2.425.000 espectadores. Supera en 3,8 puntos a Antena 3 Noticias 2 (11,9% y 1.730.000), que se sitúa en tercera posición después de Telediario 2 de TVE I (12,5% y 2.017.000).
- **En sus principales ediciones de lunes a domingo, Informativos Telecinco** (14,2% y 1.976.000) es la primera opción de su franja, imponiéndose a su principal competidor (14,1% y 1.910.000).
- **La edición de noche de lunes a domingo** (14,9% y 2.266.000) también lidera de forma absoluta entre todas las cadenas, superando a su competidor en 3,4 puntos (11,5% y 1.686.000), un mes más por detrás de Telediario 2 de TVE I (12,5% y 2.011.000).
- **La edición de las 15:00h** alcanza un 13,4% de *share* y 1.713.000 espectadores.
- **Informativos Telecinco 15:00h Fin de Semana** anota una media del 13,4% de cuota (segunda mejor cuota de temporada) y 1.658.000 espectadores. **La edición de prime time** marca un 13,2% de *share* (segunda mejor cuota de la temporada) y 1.953.000 espectadores. Se impone en 2,3 puntos a Antena 3 Noticias 2 Fin de Semana (10,9% y 1.600.000).
- **Informativos Telecinco Fin de Semana (S-D)** promedia un 13,3% de *share* (1.812.000 espectadores), su segunda mejor cuota de la temporada. Aventura en 0,8 puntos a su inmediato competidor (12,5% y 1.688.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **‘Supervivientes’** (30,4% y 3.339.000), líder indiscutible la noche de los jueves, quintuplica en su franja la oferta de Antena 3 (6,7% y 734.000). Crece más de 5 puntos respecto al mes anterior y es la opción favorita en todos los *targets* arrasando en jóvenes de 13 a 34 años, con datos superiores al 33%.
- La gala de los martes de **‘Supervivientes: tierra de nadie’** (23,4% y 2.796.000) duplica a su competidor (11,9% y 1.428.000). El 17 de abril marca su mejor resultado histórico con un 25,3% y 2.865.000 espectadores.
- El debate de los domingos **‘Supervivientes: conexión Honduras’** (20,3% y 2.742.000) crece 2,8 puntos respecto a marzo. Lidera su banda horaria y todos los *targets* sociodemográficos, duplicando los registros de Antena 3 (9,6% y 1.290.000).
- **‘La Voz Kids’** (19,5% y 2.481.000), líder absoluto de su franja, supera en 5,9 puntos los registros de su principal competidor en su horario de emisión (13,6% y 1.731.000). Es la primera opción en todos los *targets* y destaca en jóvenes de 13 a 24 años (23,2%).
- **‘Got Talent’** (18,6% y 2.155.000), primera opción en su franja de emisión entre todas las cadenas, a 5,6 puntos de su competencia (13% y 1.502.000). La final, emitida el 14 de abril, anotó una cuota del 19,7%, su segundo mejor dato de la temporada.
- **‘Factor X’** ha debutado en abril como líder de su franja con una media del 16,4% de *share* y 2.167.000 espectadores, 5,9 puntos por delante de Antena 3 (10,5% y 1.382.000). El programa crece hasta el 19% de cuota de pantalla en jóvenes de 13 a 34 años.
- **‘Sábado Deluxe’** (18,2% y 2.049.000), líder de su banda horaria, logra sus mejores registros desde julio de 2016, triplicando prácticamente los registros de su principal competidor (7% y 793.000).
- **‘Mi casa es la tuya’** (13,6% y 2.173.000) es la primera opción de su franja, a 2,3 puntos de la oferta de Antena 3 (11,3% y 1.797.000).
- **‘Volverte a ver’** (12,6% y 1.531.000) regresa a Telecinco como líder de su franja, distanciándose 1,9 puntos de su competencia (10,7% y 1.301.000).

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** (19,3% y 689.000) logra su mejor *share* desde mayo de 2017. Supera en 4,4 puntos a ‘Espejo público’ (14,9% y 487.000). En la franja coincidente la distancia se amplía hasta los 4,5 puntos (19,3% y 689.000 vs. 14,8% y 529.000). Crece 1,1 punto en *target* comercial (20,4%), el mejor de su franja.
- **‘Sálvame diario’** (18,0% y 1.915.000) logra su mejor cuota desde febrero de 2015 y su mes más visto desde 2016. Es primera opción en todos los *targets* y establece una ventaja de más de 4 puntos respecto a su competidor (12,9% y 1.369.000). Marca el mejor *target* comercial de su horario con un 18,2%.
- **‘Pasapalabra’** (16% y 1.957.000) firma su mejor *share* de la temporada con el liderazgo indiscutible de su franja, que disfruta por 93° mes consecutivo. Por su parte, **‘Pasapalabra en familia’** registra un 10% de *share* y 918.000 espectadores, que en su franja crece 0,9 puntos con respecto al mes pasado.
- **‘Socialité by Cazamariposas’** (11,4% y 1.045.000), líder de su franja con el mejor mes de su historia.
- **‘Viva la vida’** alcanza una cuota del 11,5% tras reunir a 1.425.000 seguidores.

Cuatro (5,9%) cierra abril con un 7,3% en *target* comercial, cadena que mejor convierte en este parámetro

- La cadena crece 1,4 puntos en *target* comercial. Sube 0,2 puntos respecto al año anterior. Repite el tercer mejor resultado en la presente temporada.
- Se consolida en el primer cuatrimestre del año como la tercera cadena privada en *target* comercial (7,3%), frente a La Sexta (7,1%).
- Un mes más, Cuatro se impone a su competencia en públicos menores de 55 años (7,1% vs. 6,5%) con especial relevancia en jóvenes de 13 a 24 años (7,9% vs. 4,9%) donde anota 3 puntos de diferencia y en adultos de 25 a 34 años (7,5% vs. 5,9%), con 1,6 puntos de distancia.
- En *prime time* anota un 6% de *share*, una décima más que el año pasado. Se impone a su competidor en *late night* (6,8% vs 5,7%) y en la mañana (6,8% vs. 6,5%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **Noticias Cuatro Deportes**, referente informativo en la actualidad deportiva, anota un 6,4% y 813.000 espectadores, superando a La Sexta en franja de emisión por 1,4 puntos (5% y 644.000). En *target* comercial crece hasta 8,2%, 2,6 puntos por delante de lo registrado por su competidor (5,6%). En hombres de 25 a 45 años alcanza un 11,5%, imponiéndose a La Sexta en 4,1 puntos (7,4%).
- **Noticias Cuatro I** anota un 10,7% de *share* y 1.091.000 espectadores, su segundo mejor dato de la temporada.
- **Noticias Cuatro Fin de Semana** marca un 10,1% y 912.000 seguidores en su edición de mediodía y un 5,4% y 670.000 en su edición de tarde.
- **‘Las Mañanas de Cuatro’** anota récord anual (10,8% y 659.000) y su segundo mejor registro de la temporada.

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN PROPIA

- **‘Gipsy Kings’** arranca su cuarta temporada como líder destacado de su franja en *target* comercial (13,5%) y convertido en uno de los tres mejores estrenos del curso en Cuatro (9,9% y 1.474.000). Sus dos entregas de abril promedian un 9,4% de *share* y 1.402.000 espectadores, siendo primera opción en su franja en *target* comercial (13%) en menores de 35 años (17,1%).
- **‘Planeta Calleja’** cierra su mejor temporada (10,5% y 2.062.000 espectadores) como primera opción de su franja en *target* comercial (12,9%). En dicho parámetro, en abril se sitúa a 2,6 puntos de La Sexta (9,8%) y a 1,1 de Antena 3 (10,3%).
- **‘Chester’** estrena su séptima temporada con un 8,5% de *share* y 1.496.000 espectadores, imponiéndose a su inmediato competidor en su franja (6,2% y 1.092.000) y en *target* comercial (11,2% vs. 6,5%). Destaca además la distancia que anota en espectadores de 35 a 54 años (11,1% vs. 6,2%).
- **‘En el punto de mira’** (5,8% y 865.000) crece casi 2 puntos en *target* comercial hasta el 7,7%. Supera a La Sexta en público menor de 34 años (7,3% vs 5,8%), con especial relevancia en 25 a 34 años, con una diferencia de 2,5 puntos (8,9% vs 6,4%).
- **‘First Dates’ (L-J)** (6,3% y 1.143.000), continúa por delante de La Sexta en menores de 35 años (6,9% vs. 6,1) y en público de 25 a 34 años (8,1% vs. 8%). **‘First Dates Viernes’** (6,6% y 1.011.000) supera a su competidor en *target* comercial (9% vs. 8,8%) y también entre los menores de 35 años, con sus mejores datos entre los espectadores de 25-34 años (11% vs. 7,9%).
- **‘Ven a cenar conmigo’** (5,3% y 725.000) se impone a La Sexta en franja (5,2% y 712.000) creciendo casi 3 puntos en el *target* comercial hasta el 8,2%, 2,1 puntos más que su competidor (6,1%). Especial relevancia obtiene entre el público de 35

a 55 años, donde anota un 8,2% frente al 6,8% de La Sexta y en jóvenes de 25 a 34 años, promediando un 8,6% vs. 4,7%.

- **‘Cuarto Milenio’** (7,2% y 833.00) mantiene su hegemonía los domingos y supera a La Sexta en 1,4 puntos (5,8% y 672.000) en total individuos y *target* comercial (9,3% vs. 5,9%) además de sobresalir en espectadores de 25 a 34 años (9,4% vs 4,6%) y de 35 a 54 (9,1% vs. 5,7%).
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** es la primera opción de su franja entre los jóvenes de 13 a 24 años con un 11,4%. Supera a La Sexta entre los menores de 34 años (7,7% vs 6%)

CINE Y FICCIÓN INTERNACIONAL

- **‘El Blockbuster’** (7,2% y 2.495.000) anota un 9,5% en *target* comercial vs. el 6,8% de La Sexta ampliando su ventaja en jóvenes (10,7% vs. 4,0%)
- **‘Home Cinema 1’** (8% y 1.033.000) se impone a La Sexta (5,3% y 687.000) y también la bate en *target* comercial (11% vs. 6,4%). Sus mejores registros se dan en jóvenes de 13 a 24 años (13,4% vs. 5,6%) y público de 25 a 34 años (11,6% vs. 4,3%).
- **‘Home Cinema 2’** (6,1% y 722.000) lidera en franja frente a su directo competidor (4,7% y 565.000 espectadores). También le supera en *target* comercial (8,2% vs. 5%), con su mejor dato conseguido entre el público de 13 a 24 años (9,7% vs. 4,3%).

Los canales temáticos de Mediaset España, líderes con un 8,3% de share

- **Factoría de Ficción** (2,9%), **líder temático de la televisión**, suma 73 meses de liderazgo consecutivo. Es el tercer canal más visto por los jóvenes de 13 a 24 años (8%), *target* en el que supera en casi 3 puntos a Neox (5,1%). Se impone también a su principal competidor en total individuos (2,2%) y en *target* comercial (3,8% vs. 3,1%). La comedia ‘La que se avecina’ (3,9% y 710.000) ha sido su emisión más vista.
- **Boing** (1,1%) es el **canal infantil líder de la televisión comercial** con un 10,5% de *share* en niños de 4 a 12 años, casi 1 punto por delante de Disney Channel (9,8%), canal al que gana por 40º mes consecutivo. El espacio ‘La Voz Kids: Audiciones a ciegas’ (2,2% y 334.000 espectadores) ha coronado el *ranking* de emisiones más vistas del canal durante abril.
- **Divinity** (2,1%) supera por 47º mes a Nova en *target* comercial (2,4% vs. 2,3%) y eleva su media nacional hasta el 3,1% en mujeres de 16 a 44 años. Con un 3,6% de *share* y 684.000 espectadores, ‘Supervivientes: Resumen’ se ha situado como la emisión más seguida en abril.

- **Energy** (1,6%) incrementa su media nacional en el *target* comercial hasta el 1,8% de *share*. La ficción de investigación forense 'C.S.I. Miami' (3,6% y 579.000) ha sido el espacio más visto del mes.
- **Be Mad** (0,6%) se impone en total individuos a los canales Ten (0,4%) y Real Madrid HD (0,3%). Eleva su media nacional en el *target* comercial (0,7%) y en su *core target*, hombres de 16 a 44 años (0,9%), parámetros en los que también gana a Ten (0,5% y 0,4%) y a Real Madrid HD (0,3% y 0,4%). 'Ven a cenar conmigo' (1,3% y 159.000) ha sido su emisión más vista en abril.

MEDIASET ESPAÑA (29,5%), GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER DE ABRIL CON SU MEJOR REGISTRO DE LA TEMPORADA Y A 2,7 PUNTOS DE ATRESMEDIA (26,8%)

- Mediaset España crece 0,8 puntos respecto al mes pasado y, con un 31,3% de *share* en *target* comercial, supera igualmente al grupo Atresmedia en este parámetro (28,4%).
- Bate a su competidor en *prime time* (29,2% vs. 27,2%) y en *day time* (29,6% vs. 26,6%).
- Es además el grupo audiovisual que más público joven atrae: un 35,8% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 33,1% en los espectadores de 25 a 34 años frente al 26,5% y 28,7% de Atresmedia, respectivamente.