

Madrid, 1 de octubre 2018

## AUDIENCIAS SEPTIEMBRE

# Telecinco (13,9%) lidera el arranque de la temporada por quinto año consecutivo

Crece 1,2 puntos respecto a septiembre de 2017

Supera en 1,6 puntos a su competidor (12,3%)

Primera opción del *target* comercial por cuarto septiembre consecutivo (13,1%), 1,4 puntos más que Antena 3 (11,7%). Es la cadena que más crece en este parámetro, con 1,1 puntos respecto a septiembre de 2017 y 2,4 puntos respecto al mes pasado

Lidera la mañana (12,4%), la tarde (15,7%), el *prime time* (14,4%), el *late night* (18,6%) y el *day time* (13,7%)

- Opción preferida en 6 de las 7 noches de la semana y la cadena más vista en 9 de los 14 mercados geográficos: Asturias (19,8%), Canarias (18,1%), Euskadi (16,2%), Madrid (15,4%), Baleares (14,8%), Galicia (14,5%), Murcia y Andalucía (14,1%) y el denominado 'Resto' (13,6%).
- Telecinco ocupa 13 de las 20 emisiones más vistas del mes con 'The Good Doctor', 'GH VIP Express', 'GH VIP', 'GH VIP: Límite 48 horas Express' y 'Cine 5 estrellas: Antes de ti'.

### **PEDRO PIQUERAS, REGISTRA LA EDICIÓN MÁS VISTA EN SEPTIEMBRE (2.083.000 ESPECTADORES) CON INFORMATIVOS TELECINCO 21:00h**

- **Informativos Telecinco se impone a Antena 3 Noticias con su edición de *prime time***, tanto en el cómputo lunes-domingo (14,4% y 1.852.000 vs. 12,9% y 1.625.000), como en el cómputo lunes-viernes (15,6% y 2.083.000 vs. 13,5% y 1.746.000).

### **ESPACIOS DE PRIME TIME**

- El estreno de '**Vivir sin permiso**' (19% y 2.590.000) lidera su franja y en espectadores menores de 64 años, crece hasta el 21,5% en *target* comercial y anota un destacado 22% en jóvenes de 13 a 24 años y un 21,2% en

espectadores de 25 a 34 años. Su estreno en *simulcast* (22,3% y 3.047.000) alcanza un 24,7% en *target* comercial.

- **'The Good Doctor'** (19,8% y 3.259.000), ficción más vista del mes de septiembre, supera en 7 puntos a Antena 3 en su franja (12,8% y 2.104.000) y lidera de forma absoluta en todos los *targets* sociodemográficos con los jóvenes de 13 a 24 años (22,2%) como mejor público.
- **'GH VIP 6'** anota de media en el mes un 28,2% y 2.849.000 con el mejor estreno del *reality* desde la segunda edición (13/09= 24,9%) y **'GH VIP: Límite 48 horas'** (22,3% y 2.265.000) arranca la temporada con récord histórico de cuota. Ambos lideran de forma absoluta su franja y en todos los *targets* sociodemográficos ampliando la distancia con Antena 3, que anota un 8,6%-873.000 y 11,7%-1.185.000 en sus respectivas bandas horarias. Por su parte, **'GH VIP: el debate'** (18,6% y 2.254.000) lidera entre las televisiones comerciales frente al 10,3% de *share* y 1.242.000 espectadores de su principal competidor.
- **'Las Campos'** (21,3% y 2.185.000) anota récord histórico de *share*, lidera su franja, todos los *targets* sociodemográficos y casi duplica a su rival (12,1% y 1.241.000).
- **'Volverte a ver'** (14,7% y 1.570.000) marca el mejor mes de su historia, es primera opción de su franja y aventaja en 5,8 puntos a Antena 3 (8,9% y 954.000).
- **'Sábado Deluxe'** (18,2% y 1.672.000) anota su mejor cuota desde abril y se mantiene imbatible en su franja, duplicando a Antena 3 (7,6% y 698.000).
- **'Cine 5 estrellas'** (13,4% y 1.759.000) crece 2,8 puntos respecto a agosto y es líder entre espectadores de 25 a 34 años (13,3%). Supera a su rival en más de 1 punto (12,2% y 1.598.000).

### ESPACIOS DE DAY TIME

- **'El programa de Ana Rosa'**, líder de su franja de emisión con un 18% y 555.000. Posee el mejor *target* comercial de su franja (17,5%) y supera en 4,3 puntos a 'Espejo público' (13,7% y 411.000). Es el mejor arranque de temporada (mejor septiembre) de 'El programa de Ana Rosa' de los últimos 9 años.
- **'Ya es mediodía'** (9,8% y 807.000) mantiene tendencia ascendente con nuevo record mensual de cuota y miles. El viernes 30 logra los mejores datos de su historia con un 12,2% y 979.000 espectadores. Crece hasta el 10% de cuota en *target* comercial.
- **'Sálvame diario'** logra 92 meses consecutivos de liderazgo con una media en septiembre del 17,1% de *share*, su segunda mejor cuota mensual desde julio de 2017, y 1.709.000 espectadores. Supera en 3,8 puntos en su franja a su principal

competidor (13,3% y 1.324.000). Es el mejor arranque de 'Sálvame' de los últimos tres años en cuota.

- **'Pasapalabra'** (16,0% y 1.673.000) iguala su mejor cuota de los últimos 14 meses y es el más visto de los tres últimos meses.
- **'Socialité by Cazamariposas'** (11,3 y 947.000) se sitúa como líder de su franja, frente al 8,9% de *share* y 745.000 espectadores de su principal competidor, la mayor ventaja frente a Antena 3 de su historia (2,4 puntos)
- **'Viva la vida'** (10,7% y 1.169.000) marca su mejor cuota desde mayo.

## **Cuatro, tercera cadena privada en espectadores menores de 55 años (6,4%)**

- Mantiene esta posición en todas las franjas de edad menores de 55 años, destacando en jóvenes de 13 a 24 años (7%) y espectadores de 25 a 34 años (6,4%)
- Se consolida como la cadena que mejor convierte sus datos al *target* comercial, incrementando 1,4 puntos hasta el 6,7%
- En su *core target* (16-54 años) Cuatro anota un 6,8% en total día, 6,9% en prime time, 7,0% en late night y 6,8% en day time
- Cuatro se sitúa como la tercera cadena privada tres noches de la semana: martes (6,2%), viernes (6,5%) y domingos (6,2%).

### **ESPACIOS INFORMATIVOS**

- **Noticias Cuatro I Fin de Semana** anota un 9% y 759.000 espectadores, lo que supone un crecimiento de más de 21.000 espectadores. La edición de tarde marca un 5,5% de *share* y 539.000 espectadores, con casi 100.000 espectadores más que en agosto.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** (5,2% y 627.000) crecen en *target* comercial al 7,3% y sobresale entre los espectadores menores de 55 años (7,2%)

### **PRODUCCIÓN PROPIA**

- **'El concurso del año'** anota un 6,7% de *share*, crece hasta los 471.000 espectadores y lidera su franja en jóvenes 13-24 años (17,5%). Sus datos mejoran en *target* comercial al 9,1%.

- **‘Mujeres y hombres y viceversa’ (5,4% y 236.000)** anota su tercer mejor resultado de cuota en Cuatro, crece al 6,8% en *target* comercial y lidera en espectadores de 13 a 24 años (25,3%).
- **‘Ven a cenar conmigo’ (4,6% y 533.000)** crece más de 80.000 espectadores respecto a agosto y aumenta casi 2 puntos en *target* comercial hasta el 6,4%. En menores de 55 años registra un 6%.
- **‘First Dates’** crece hasta el millón de espectadores (6,6% y 1.048.000) y aumenta 0,7 puntos en *target* comercial (7,3%).
- **‘El verano en el punto de mira’** se despide en septiembre con un 7,5% y 998.000 espectadores, mejorando hasta el 9,1% en *target* comercial. Su mejor resultado lo obtiene en jóvenes de 25 a 34 años con un 9,3%.
- **‘En el punto de mira’**, con un 5,3% de *share* y 729.000 espectadores, sube al 6,4% en *target* comercial, medio punto por delante de La Sexta (5,9%).
- **‘Volando voy’** arranca nueva temporada este mes, con un 8% y 1.349.000 espectadores y crece hasta el 8,7% en *target* comercial.
- **‘Cuarto Milenio’ (6,3% y 786.000)** marca un destacado 8,2% en *target* comercial.

## Los canales temáticos de Mediaset España (8,9%), 53 meses líderes

Marcan una distancia de 1,2 puntos sobre los canales del competidor (7,7%)

- **Factoría de Ficción (2,9%)**, líder de las televisiones temáticas, suma 78 meses consecutivos de victorias. Crece hasta el 3,6% en *target* comercial y es la cuarta cadena nacional más vista, empatada con La 1, por los jóvenes de 13 a 24 años (8,7%), *target* en el que se supera en 2,6 puntos a Neox (6,1%), a quien se impone también en total individuos (2,5%). El largometraje ‘Transporter 2’ (3,8% y 606.000 espectadores) ha sido su emisión más vista del mes.
- **Boing (1,4%)** registra un 11,9% de *share* en niños de 4 a 12 años, aventajando a Disney Channel en este *target* (10,6%) y en total individuos (1,2%). La película ‘Charlie y la fábrica de chocolate’ (4,2% y 498.000) ha coronado el *ranking* de espacios más vistos en septiembre en el canal infantil.
- **Divinity (1,9%)** supera por 52º mes consecutivo a Nova en *target* comercial (2,2% vs. 1,8%) y crece hasta el 3,3% en su *core target*, mujeres de 16 a 44 años, grupo en el que también supera a su principal competidor (2,9%). ‘GH VIP: Diario’ (3,5% y 571.000) se ha situado como su espacio más seguido.

- **Energy** (2,1%) eleva su media en *target* comercial hasta el 2,4% de *share*, repitiendo su mejor dato en septiembre. La serie de investigación forense 'C.S.I. Nueva York' (3% y 493.000) ha sido su emisión con mayor audiencia del mes.
- **Be Mad** (0,7%) registra un 1% en *target* comercial, su mejor marca en este *target* en septiembre, y eleva su media nacional en hombres de 16 a 44 años (1%). El concurso gastronómico 'Ven a cenar conmigo' (1,1% y 143.000 espectadores) encabeza el *ranking* de emisiones más vistas del mes.

## **MEDIASET ESPAÑA (28,1%) ES UN MES MÁS EL GRUPO LÍDER DE COMUNICACIÓN**

### **Ha liderado todos los meses de septiembre de su historia**

- Supera en 1,6 puntos a su rival en total individuos (26,5%), distancia que crece hasta los 2,4 puntos en *target* comercial (30,0% vs. 27,6%) y hasta los 2,3 puntos en *prime time* (27,9% vs. 25,6%).
- Líder del *day time* (28,2%) con una ventaja de 1,3 puntos sobre su competidor (26,9%), es también el grupo audiovisual que más público joven atrae: un 33,8% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 30,9% en los espectadores de 25 a 34 años.