

AUDIENCIAS ABRIL 2013



MEDIASET ESPAÑA, LÍDER CON UN 28,6% DE SHARE EN EL TOTAL DÍA Y UN 30,9% EN TARGET COMERCIAL



TELECINCO (13,6%) CRECE 5 DÉCIMAS SOBRE MARZO Y SE ALZA COMO LA TELEVISIÓN PREFERIDA POR LOS ESPECTADORES CON LA MAYOR DISTANCIA SOBRE ANTENA 3 DE LOS ÚLTIMOS SEIS MESES (+0,6 PUNTOS)

Es la televisión que más crece con respecto al mes pasado

La solidez de su oferta de producción propia le permite imponerse a su principal competidor en *prime time* (12,8% VS. 11,1%) con una ventaja de 1,7 puntos.

También supera a Antena 3 en *late night* (17,9% vs. 9,4%), la tarde (16,4% vs. 16,3%) y *day time* (14% vs. 13,9%)

Telecinco es la cadena que más jornadas se impone, con 16 victorias frente a las 3 de Antena 3

Es la oferta de televisión más seguida en Asturias (17,6%), Canarias (17,3%), País Vasco (16,7%), Galicia (14,8%), Aragón (14,3%), Madrid (13,1%) y Baleares (12,9%). También supera a Antena 3 en Cataluña (10,6%)

Sitúa 9 de sus espacios en el *ranking* de las emisiones más vistas del mes en las televisiones comerciales: dos retransmisiones del Mundial de MotoGP y sus espacios posteriores, dos programas de “Gran Hermano Catorce: asómate”, una gala del concurso, una edición de Informativos Telecinco 21:00 horas y la final de “Mira quién salta”

Las principales ediciones de Informativos Telecinco emitidas en la sobremesa y la noche de lunes a viernes se adjudican un mes más el liderazgo absoluto entre todas las cadenas con una media del 14,6% de *share* y 2.174.000 espectadores

Sumadas las ediciones de Fin de Semana, Informativos Telecinco se sitúa asimismo de lunes a domingo como referente informativo de las televisiones comerciales con 2.034.000 espectadores y un 13,8% de *share*.

La edición presentada por Pedro Piqueras (14,6% y 2.356.000) cierra un mes más como el informativo más visto en todas las cadenas. Además, ha sido la emisión más vista 3 de las 21 jornadas laborales disputadas

DESTACADOS DE PROGRAMAS

LA GALA FINAL DE “MIRA QUIÉN SALTA” (2.986.000 Y 20,3%) LIDERA SU FRANJA Y ACUMULA UNA MEDIA EN SUS CUATRO EMISIONES DE 2.840.000 ESPECTADORES Y UN 19,9% DE SHARE

EL MUNDIAL DE MOTOCICLISMO HA ARRANCADO EN ABRIL EN QATAR CON LA CARRERA DE MOTOGP MÁS VISTA DE SU CATEGORÍA Y LA SEGUNDA MÁS VISTA EN LA HISTORIA DEL MOTOCICLISMO CON 4.511.000 ESPECTADORES Y UN 25,2% DE SHARE

LAS CINCO GALAS DE “GRAN HERMANO” EMITIDAS EN ABRIL ACUMULAN UNA AUDIENCIA DE 2.916.000 ESPECTADORES Y UN 20,1% DE SHARE, 2,7 PUNTOS MÁS QUE EN MARZO. “GRAN HERMANO CATORCE: EL DEBATE” SE ALZA ESTE MES COMO LA OFERTA FAVORITA DEL LATE NIGHT DE LOS JUEVES CON UNA MEDIA DEL 21,9% Y 1.508.000 ESPECTADORES

“LA NOCHE DE JOSÉ MOTA” (12,3% Y 2.300.000) SE IMPONE EN SU HORARIO DE EMISIÓN ENTRE LAS TELEVISIONES COMERCIALES A 4 PUNTOS DE SU COMPETIDOR INMEDIATO (8,3%)

“EL PROGRAMA DE ANA ROSA” (541.000 Y 19%), MAGAZINE MATINAL MÁS VISTO CON SU SEGUNDO MEJOR SHARE DE TEMPORADA. CRECE 2,2 PUNTOS RESPECTO A MARZO Y SUPERA EN 1,8 PUNTOS A “ESPEJO PÚBLICO” (17,2% Y 473.000)

“SÁLVAME DIARIO” (17,1% Y 1.880.000) Y “PASAPALABRA” (17,4% Y 2.155.000), SU SEGUNDO MEJOR DATO DE MES DE LA TEMPORADA), LÍDERES ABSOLUTOS DE SUS FRANJAS DE EMISIÓN

“HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR” (16,8% Y 2.351.000), “SÁLVAME DELUXE” (17,4% Y 2.294.000) Y “EL GRAN DEBATE” (13,7% Y 1.805.000) ESPACIOS PREFERIDOS EN SUS RESPECTIVOS HORARIOS

“TÚ SÍ QUE VALES” (10,9% Y 1.706.000) LÍDER DE SU FRANJA EN LAS TELEVISIONES COMERCIALES



CUATRO CIERRA ABRIL CON UN 5,6% DE SHARE Y UN 6,9% EN TARGET COMERCIAL

Supera a La Sexta en las franjas de sobremesa (6,6% vs. 5,6%), tarde (4,7% vs. 4,4%), late night (7,2% vs. 7,0%) y day time (5,7% vs. 5,4%)

Se impone a su inmediata competidora en Canarias (6,1%), Castilla y León (5,8%), Andalucía (5,5%), Baleares (5,2%) y en el denominado “Resto” (5,9%)

“HOMELAND” ALCANZA EN EL MES DE SU ESTRENO EN CUATRO UNA MEDIA DE 1.950.000 ESPECTADORES Y UN 10,4% DE SHARE

“CASTLE” (8,2% Y 1.680.00) Y “ELEMENTARY” (8,0% Y 1.435.000) LIDERAN SUS FRANJAS DE EMISIÓN FRENTE A LA SEXTA

“HERMANO MAYOR” (8,6% Y 1.473.000) TAMBIÉN SE IMPONE A LA SEXTA EN SU FRANJA DE EMISIÓN (6,3% Y 1.079.000)

“CUARTO MILENIO” (10,4% Y 843.000) DUPLICA EN SU FRANJA A LA SEXTA (4,1% Y 335.000)

NOTICIAS CUATRO 1 (8,3% Y 827.000) Y DEPORTES CUATRO (7,5% Y 1.024.000) HAN FINALIZADO ABRIL POR ENCIMA DE LA MEDIA DE LA CADENA



FACTORÍA DE FICCIÓN (2,8%) SUMA 13 MESES DE LIDERAZGO CONSECUTIVO ENTRE LOS CANALES TEMÁTICOS CON UNA DISTANCIA DE 4 DÉCIMAS SOBRE NEOX

ES LA TELEVISIÓN TEMÁTICA LÍDER DEL *TARGET* COMERCIAL CON UN 3,5% DE CUOTA DE PANTALLA, 4 DÉCIMAS SOBRE NEOX



DIVINITY BATE RÉCORD HISTÓRICO ENTRE MUJERES DE 16 A 44 AÑOS CON UN 3,7% DE *SHARE*, 5 DÉCIMAS MÁS QUE NOVA (3,2%). MANTIENE IGUALMENTE SU MÁXIMO HISTÓRICO EN TOTAL ESPECTADORES CON UN 1,7% DE CUOTA DE PANTALLA

EN *TARGET* COMERCIAL MEJORA SU DATO DE TOTAL DÍA EN 6 DÉCIMAS, SITUÁNDOSE EN UN 2,3%, 3 DÉCIMAS POR DELANTE DE NOVA (2%)



BOING SUPERA NUEVAMENTE A DISNEY CHANNEL TANTO EN TOTAL INDIVIDUOS (1,5% VS. 1,3%) COMO EN PÚBLICO INFANTIL (12,1% VS. 10,9%) DONDE SUMA SU DÉCIMO MES CONSECUTIVO DE LIDERAZGO COMERCIAL



TRIPLE RÉCORD HISTÓRICO PARA ENERGY EN ABRIL: EN EL TOTAL DÍA CON UN 1,3% DE *SHARE*; EN *TARGET* COMERCIAL CON UN 1,7%; Y EN SU *CORE TARGET*, HOMBRES DE 25 A 44 AÑOS, SEGMENTO DONDE ALCANZA UN 2,7% DE *SHARE* SUPERANDO A NITRO EN 1,1 PUNTOS (1,6%)

EL CANAL MASCULINO DE MEDIASET ESPAÑA MUESTRA EN ABRIL UNA EXCELENTE EVOLUCIÓN SITUÁNDOSE EN LA OFERTA TELEVISIVA CON MAYOR CRECIMIENTO (+68%) CON RESPECTO AL MISMO MES DEL AÑO PASADO



LASIETE (1,2%) CRECE 2 DÉCIMAS EN *TARGET* COMERCIAL (1,4%)



EN SU CUARTO MES DE EMISIONES, NUEVE ANOTA UN 0,9% EN EL TOTAL DÍA, UN 1,1% EN *TARGET* COMERCIAL Y CRECE HASTA EL 1,7% EN MUJERES DE 16-44 AÑOS



EL CONJUNTO DE CANALES TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA IGUALA SU MEJOR DATO DE LA TEMPORADA (9,4%)

GABINETE DE PRENSA
MEDIASETespaña.



@mediasetcom