

AUDIENCIAS ABRIL

MEDIASETespaña.

MEDIASET ESPAÑA, GRUPO QUE MÁS CRECE EN EL ÚLTIMO AÑO, LIDERA DE NUEVO EL SECTOR AUDIOVISUAL CON UN 26,8% DE *SHARE*, 9,1 PUNTOS POR DELANTE DEL CONJUNTO DE CANALES DE ANTENA 3 (17,7%)



TELECINCO (13,0%), CADENA MÁS VISTA DEL MES CON 0,8 PUNTOS MÁS QUE ANTENA 3 (12,2%) EN TOTAL DÍA Y 2,2 PUNTOS MÁS EN *PRIME TIME* (12,9% VS. 10,7%)



CUATRO (5,9%) SUPERA EN 1,3 PUNTOS A LA SEXTA (4,6%), QUE ANOTA SU PEOR DATO DESDE OCTUBRE DE 2007



FACTORÍA DE FICCIÓN LIDERA ENTRE LOS CANALES TEMÁTICOS (2,6%) Y SE ADJUDICA EL *PRIME TIME* (2,4%), LA TARDE (3,6%) Y EL *LATE* (3,6%). SU CUOTA EN TARGET COMERCIAL SUBE HASTA EL 3,3% Y TAMBIÉN LE PERMITE LOGRAR EL PRIMER PUESTO.



BOING MARCA RÉCORD HISTÓRICO (1,6%) Y ALCANZA EL 11,1% DE *SHARE* EN EL PÚBLICO INFANTIL



ENERGY TAMBIÉN REGISTRA SU DATO MÁS ALTO (0,8%) Y LLEGA AL 1,8% DE *SHARE* EN HOMBRES 25-44 AÑOS, 0,4 PUNTOS MÁS QUE NITRO (1,4%)



DIVINITY IGUALA SU MEJOR REGISTRO (1,3%) Y CASI LO DOBLA EN EL SEGMENTO MUJERES 16-44 AÑOS (2,5%) SUPERANDO A NOVA (2,4%)



LASIETE REPITE EL RESULTADO DE MARZO CON UN 1,6% DE *SHARE*, SU MEJOR REGISTRO DESDE AGOSTO DE 2011



EL CONJUNTO DE CANALES TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA BATE UN NUEVO RÉCORD HISTÓRICO (7,88%) CON 2,4 PUNTOS SOBRE EL GRUPO DE TEMÁTICOS DE ANTENA 3 (5,48%), QUE DESCENDE 0,17 PUNTOS RESPECTO A MARZO



Telecinco se adjudica también el liderazgo mensual en *target comercial* tanto de total día (12,9%) como de *prime time* (12,6%) y *day time* (13,0%)

Además, lidera de manera absoluta el *late night* (17,9%) y el *day time* (13,1%)

Por ámbitos de distribución, lidera entre las comerciales en TDT (13,3%), cable (13,0%) y Digital + (10,3%) y por ámbitos geográficos se impone a Antena 3 en Canarias (16,4%), Asturias (16,3%), País Vasco (15,6%), Castilla-La Mancha (14,7%), Aragón (14,4%), Resto (14,1%), Galicia (13,2%), Andalucía (12,9%), Baleares (12,5%) y Madrid (12,1%)

Telecinco acumula 20 victorias en abril frente a 10 de Antena 3 y sitúa 13 emisiones en el *Top-20* del mes de las cadenas comerciales: tres emisiones de Europa League, dos Grandes Premios de Motociclismo, cuatro capítulos de “Aída”, tres galas de “Gran Hermano” y una entrega de la miniserie “Carmina”

La edición de Informativos Telecinco que conduce Pedro Piqueras vuelve a ser el informativo más visto de las cadenas comerciales (11,8% y 1.903.000) con 1,7 puntos más que Antena 3 Noticias 2 (10,1% y 1.541.000). Los Informativos de Telecinco son los más vistos en Abril de las televisiones comerciales.

“AÍDA” (15,9% Y 3.113.000) HA CONTINUADO COMO LA OFERTA LÍDER DEL *PRIME TIME* DOMINICAL, PESE A LOS ESTRENOS DE “BUENAS NOCHES Y BUENAFUENTE” Y “USTED PERDONE” EN ANTENA 3 CUYAS ÚLTIMAS EDICIONES QUEDAN POR DEBAJO DEL 10%

LA *EUROPA LEAGUE* HA COSECHADO EXCELENTES RESULTADOS: LOS PARTIDOS DE IDA Y VUELTA DISPUTADOS POR EL ATLÉTICO DE MADRID Y EL VALENCIA FUERON LOS ENCUENTROS DE FÚTBOL MÁS VISTOS DE ESTE TORNEO

LOS DOS GRANDES PREMIOS DE ABRIL DEL *MUNDIAL DE MOTOCICLISMO* (MOTO GP) HAN SUPERADO LOS 3 MILLONES DE ESPECTADORES: QATAR (3.120.000 Y 20,2%) Y JEREZ (3.046.000 Y 28,8%)

LA MINISERIE “*CARMINA*” HA LIDERADO EL *PRIME TIME* EN SUS DOS ENTREGAS EN MIÉRCOLES, QUE EN CONJUNTO MARCARON UN 17% DE *SHARE* Y 2.771.000 ESPECTADORES

EL ESTRENO DE “*HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR*” (15,8% Y 2.243.000) HA SUPERADO EN 3,5 PUNTOS A ANTENA 3 EN SU FRANJA DE COMPETENCIA (12,3% Y 1.749.000)

“*SALVAME DIARIO*” (15,5% Y 1.769.000) Y “*PASAPALABRA*” (15,7% Y 1.948.000) SE HAN MANTENIDO IMBATIBLES EN LA TARDE, SUPERANDO A ANTENA 3 EN SUS RESPECTIVOS HORARIOS DE EMISIÓN (12,3% Y 13%)

“*GRAN HERMANO*” (20,1% Y 2.915.000) HA LLEVADO A MÍNIMO HISTÓRICO A LOS ESPACIOS DE ANTENA 3 CON LOS QUE COMPITE LUNES Y JUEVES: “*EL NÚMERO UNO*” (15,7%) Y “*LOS PROTEGIDOS*” (10,9%)

“*EL GRAN DEBATE*” (12,1% Y 1.645.000) HA LIDERADO SU FRANJA DE EMISIÓN DE FORMA ABSOLUTA CON 1,5 PUNTOS DE VENTAJA SOBRE ANTENA 3 (10,6% Y 1.435.000)

“*SÁLVAME DELUXE*” (13,5% y 1.717.000) HA CERRADO EL MES CON UNA VENTAJA DE 3 PUNTOS SOBRE LA OFERTA DE SU COMPETIDOR PRINCIPAL (10,5% Y 1.327.000)



Cuatro supera a La Sexta en la mañana (4,7% vs. 3,4%), sobremesa (7,2% vs. 3,8%), tarde (5,2% vs. 3,5%), *late night* (8,1% vs. 5,3%), *day time* (6,3% vs. 3,8%) y *target comercial* 7,3% vs. 5,3%)

La cadena adelanta a La Sexta 29 de los 30 días del mes y se impone en todos los mercados regionales y sistemas de distribución: TDT (6,1% vs. 4,7%), cable (5,4% vs. 4,1%) y Digital + (6,2% vs. 4,1%)

Noticias Cuatro aventaja a La Sexta Noticias tanto de lunes a viernes como de lunes a domingo

	NOTICIAS CUATRO	LA SEXTA NOTICIAS	DIFERENCIA
LUNES-VIERNES	6,5% y 697.000	6,2% y 681.000	+0,3
LUNES-DOMINGO	6,4% y 689.000	6,0% y 661.000	+0,4

“EL REY LEÓN” QUE CUATRO OFRECIÓ EN SU FIN DE SEMANA DISNEY EL PASADO DOMINGO SE SITUÓ COMO LA PELÍCULA MÁS VISTA EN LA HISTORIA DE LA CANDENA CON 2.788.000 ESPECTADORES Y UN 14,4% DE CUOTA DE PANTALLA

“PERDIDOS EN LA TRIBU” (8,7% Y 1.367.000) SE HA ESTRENADO COMO EMISIÓN LÍDER DE LOS MIÉRCOLES FRENTE A LA OFERTA DE FICCIÓN DE SU INMEDIATO COMPETIDOR (4,3% Y 677.000)

“HOUSE” (8,6% Y 1.594.000) HA DUPLICADO A LA SEXTA EN LA NOCHE DE LOS JUEVES (4,8% Y 889.000)

“CALLEJEROS” (8,2% Y 1.155.000), “CALLEJEROS VIAJEROS” (5,9% Y 1.083.000), “HERMANO MAYOR” (10% Y 1.653.000) Y “CUARTO MILENIO” (13,7% Y 565.000) HAN MANTENIDO SU IMBATIBILIDAD FRENTE A LA SEXTA EN SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE COMPETENCIA

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

