

## AUDIENCIAS AGOSTO 2012

EN EL AGOSTO CON MAYOR CONSUMO TELEVISIVO DE LA HISTORIA, CON 199 MINUTOS



**TELECINCO (12,2%), CADENA MÁS VISTA DEL MES JUNTO A TVE1 CON MÁS DE 1 PUNTO DE VENTAJA FRENTE A ANTENA 3 (11,1%) EN TOTAL DÍA Y 1,7 PUNTOS MÁS EN PRIME TIME (11,0% VS. 9,3%)**



**CUATRO (5,5%), UN MES MÁS POR DELANTE DE LA SEXTA (4,5%), CON UNA DISTANCIA DE 1 PUNTO**



**NUEVO RÉCORD HISTÓRICO DEL CONJUNTO DE CANALES TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA (9,5%), QUE SE SITÚA A MÁS DE 3 PUNTOS DE DISTANCIA DEL GRUPO DE TEMÁTICOS DE ANTENA 3 (6,2%)**



**FACTORÍA DE FICCIÓN LIDERA ENTRE LOS CANALES TEMÁTICOS (3,2%) POR DELANTE DE NEOX (2,8%), ADJUDICÁNDOSE TAMBIÉN EL TARGET COMERCIAL (3,9%)**



**DIVINITY ANOTA NUEVO RÉCORD HISTÓRICO (1,67%) Y DUPLICA SU DATO EN MUJERES 16-44 AÑOS (3,3%). SUPERA A NOVA TANTO EN ESTE SEGMENTO (2,8%) COMO EN PERFIL COMERCIAL (2,2% VS. 1,7%)**



**BOING OBTIENE SU MEJOR MARCA HISTÓRICA TOTAL DÍA (2,2%), CRECE HASTA EL 14,6% DE SHARE EN TARGET INFANTIL Y ES LA TELEVISIÓN MÁS VISTA DE FORMA ABSOLUTA ENTRE LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS. A DISNEY CHANNEL (1,8% y 12,5%) LE SUPERA EN AMBOS PARÁMETROS POR SEGUNDO MES CONSECUTIVO**



**ENERGY TAMBIÉN REGISTRA SU RÉCORD HISTÓRICO (1,03%) Y ALCANZA EL 2% EN HOMBRES 25-44 AÑOS, SUPERANDO A NITRO (1,3%)**



**LASIETE (1,4%) INCREMENTA SU REGISTRO EN EL TARGET COMERCIAL (1,6%)**

**MEDIASET ESPAÑA MANTIENE SU LIDERAZGO EN AGOSTO (27,2%) CON 9,9 PUNTOS DE VENTAJA SOBRE EL CONJUNTO DE CANALES DE ANTENA 3 (17,3%)**

**GANA TAMBIÉN EN PRIME TIME (24,7%) Y EN TARGET COMERCIAL, PARÁMETRO EN EL QUE CRECE HASTA EL 28,9% DE SHARE, CON UNA DIFERENCIA DE 8,6 Y 11,7 PUNTOS RESPECTO AL CONJUNTO DE CANALES DE ANTENA 3 (16,1% Y 17,2%, RESPECTIVAMENTE)**

**LA AUDIENCIA ACUMULADA DEL GRUPO ANTENA 3 SUMADA A LA DEL GRUPO DE CANALES DE LA SEXTA (25,2%) ES SUPERADA EN 2 PUNTOS POR LA REGISTRADA POR EL GRUPO MEDIASET (27,2%)**

**5**

**Telecinco se adjudica también el liderazgo mensual en *target* comercial tanto de total día (11,6%) como de *prime time* (10,1%)**

**Además del *prime time* (11,0%), la cadena gana las franjas de tarde (14,9%), *late night* (13,7%) y *day time* (12,6%), mientras que por mercados autonómicos supera a Antena 3 en Asturias (15,7%), País Vasco (14,7%), Canarias (13,9%), Aragón (13,8%), Andalucía (12,3%), Galicia (12,0%), Baleares (11,0%), Madrid (10,3%), Cataluña (10,2%) y “Resto” (12,9%). Iguala en Murcia (12,0%)**

**En un mes marcado por los contenidos deportivos en la cadena pública (Juegos Olímpicos, Supercopa de España y Supercopa de la UEFA), Telecinco lidera el 52% de los días de agosto (16 de 31) frente a 4 de Antena 3 y se impone a su directo competidor en cinco de las siete noches de la semana: martes, jueves, viernes, sábado y domingo y en todos los sistemas de distribución**

**La edición de *prime time* presentada por Ángeles Blanco se sitúa como el informativo más visto en agosto entre las cadenas comerciales (13,7% y 1.284.000)**

**LOS DOS GRANDES PREMIOS DE MOTOCICLISMO EMITIDOS ESTE MES SE HAN SITUADO EN EL RÁNKING DE LOS ESPACIOS MÁS VISTOS DE AGOSTO Y HAN ACUMULADO UNA MEDIA DEL 17,1% DE SHARE Y 1.381.000 ESPECTADORES, AUMENTANDO EN LA CATEGORÍA DE MOTOGP HASTA EL 21,8%**

**“EL PROGRAMA DEL VERANO” (13,5% Y 398.000) HA LIDERADO SU FRANJA DE EMISIÓN DURANTE EL MES DE AGOSTO, SUPERANDO EN 1 PUNTO A LA OFERTA DE ANTENA 3 (12,5%)**

**“SÁLVAME DIARIO” (16,2% Y 1.626.000) Y “PASAPALABRA” (14,1% Y 1.102.000) SE HAN MANTENIDO IMBATIBLES EN LA TARDE**

**“SÁLVAME DELUXE” (16,0% Y 1.437.000), QUE HA AVANTAJADO EN 7,4 PUNTOS A LA OFERTA DE ANTENA 3 (8,6% Y 769.000), “FRÁGILES” (13% Y 1.647.000) Y “EL GRAN DEBATE” (15,8% Y 1.282.000), HAN SIDO LOS ESPACIOS PREFERIDOS DE FORMA ABSOLUTA EN SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE EMISIÓN**

**cuatro**

**Cuatro se impone a La Sexta en casi todas las franjas horarias: *prime time* (5,4% vs. 4,9%), *late night* (7,3% vs. 5,1%), tarde (4,5% vs. 4,1%), sobremesa (6,5% vs. 4,6%) y *day time* (5,5 vs. 4,4%)**

**Gana a su competidor también en el *target* comercial de las tres franjas: total día (6,8% vs. 4,9%), *prime time* (6,7% vs. 5,2%) y *day time* (6,8% vs. 4,8%)**

**Adelanta a La Sexta 27 de los 31 días del mes y se impone en todos los sistemas de distribución y en 12 de los 14 mercados geográficos**

**“LO SABE, NO LO SABE” (5,8% Y 694.000) Y “ME CAMBIO DE FAMILIA” (5,2% Y 587.000) SUPERAN A SU INMEDIATO COMPETIDOR EN SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE EMISIÓN**

**ÉXITO DE LOS ESTRENOS DE FICCIÓN AJENA: “IMBORRABLE” (9,0% Y 1.010.000), “CASTLE” (7,1% Y 1.002.000), “LADRÓN DE GUAANTE BLANCO” (7,1% Y 544.000) Y “GRIMM” (5,7% Y 556.000)**

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET***españa.*

