

## AUDIENCIAS MAYO

**5** TELECINCO MARCA EN MAYO SU DATO MÁS ALTO DEL AÑO (14%) FRENTE AL MÍNIMO ANUAL DE ANTENA 3 (12%)

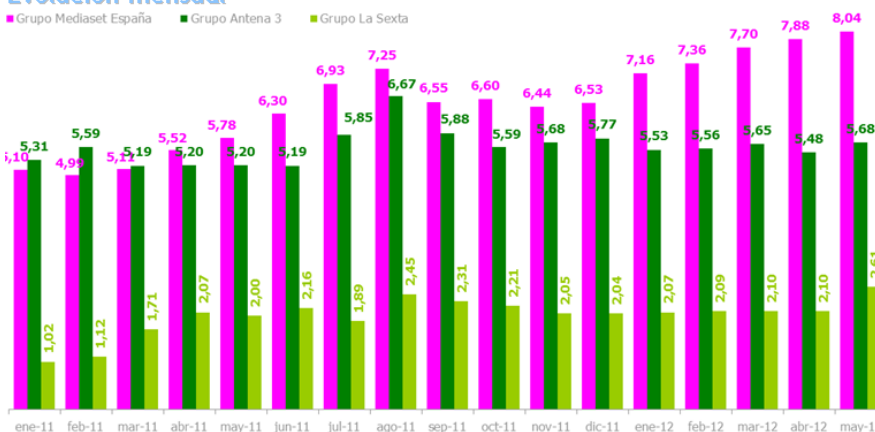
ES LA MAYOR DIFERENCIA ENTRE AMBAS CADENAS DESDE AGOSTO DE 2011

**cuatro** (5,5%) SE IMPONE A LA SEXTA POR OCTAVO MES CONSECUTIVO (4,7%)



**cl** **7** EL CONJUNTO DE CANALES TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA BATE NUEVO RÉCORD Y SUPERA POR PRIMERA VEZ EL 8% DE **SHARE**, 2,3 PUNTOS SOBRE LOS TEMÁTICOS DE ANTENA 3 (5,7%)

### Evolución mensual



MEDIASET ESPAÑA LIDERA DE NUEVO EL SECTOR AUDIOVISUAL ESPAÑOL CON UN 27,1% DE **SHARE**, 9,8 PUNTOS POR DELANTE DEL CONJUNTO DE CANALES DE ANTENA 3 (17,7%)





Telecinco supera a sus competidores en *prime time* (13,9%) tras crecer 1 punto respecto a abril, aventajando en 3,3 puntos a Antena 3 (10,6%) a pesar de tener en emisión sus más potentes apuestas de la temporada: “El número 1”, “Luna, el misterio de Calenda”, “Buenas noches y Buenafuente”, “El Peliculón”, etc.

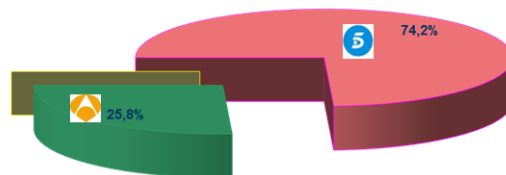
Además, Ildera de manera absoluta en la tarde (15,3%), *late night* (20%) y *day time* (14,1%)

Se adjudica también el *target* comercial tanto de total día (14,1%) como de *prime time* (13,7%) y *day time* (14,3%)



Telecinco vs. Antena 3

Se impone a Antena 3 en 23 de las 31 jornadas de mayo y se sitúa como líder en todos los ámbitos de distribución: TDT (14,3%), cable (14%) y Digital + (11,2%)



Aventaja a su competidor inmediato en las noches de los lunes (18,1% vs. 10,8%), miércoles (14,7% vs. 12,5%), jueves (15,7% vs. 11,3%), viernes (11% vs. 9,2%) y domingos (15,1% vs. 7,2%)

Se impone a Antena 3 en 13 de los 14 mercados geográficos: Canarias (19,2%), País Vasco (18,1%), Asturias (16,8%), Valencia (15%), Castilla-La Mancha (15%), Aragón (14,8%), Galicia (14,5%), Andalucía (14%), Baleares (13,5%), Murcia (13,3%), Madrid (12,4%), Cataluña (11,5%) y “Resto” (14,9%)

16 de las 20 emisiones más vistas en la televisión comercial son de Telecinco: nueve emisiones de “Gran Hermano”, tres capítulos de “Aída”, la final de la Europa League -primera del ranking- y dos emisiones de Motociclismo

			Fecha	Día	Inicio	Fin	Miles	Share
1	FUTBOL:EUROPA LEAGUE/ AT.MADRID-ATH.BILBAO	5	09/05/2012	Miércoles	20:46	22:37	8.094	44,8
2	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-R.MADRID	6	02/05/2012	Miércoles	22:01	23:49	5.859	28,2
3	FORMULA 1 / G.P.MONACO	Antena 3	27/05/2012	Domingo	14:03	15:49	5.360	42,5
4	POST FUTBOL:EUROPA LEAGUE/ AT.MADRID-ATH.BILBAO	5	09/05/2012	Miércoles	22:37	23:15	5.054	24,4
5	FORMULA 1 / G.P.ESPAÑA	Antena 3	13/05/2012	Domingo	14:03	15:42	4.975	39,7
6	GRAN HERMANO	5	28/05/2012	Lunes	22:45	1:48	3.976	28,2
7	AIDA	5	20/05/2012	Domingo	22:07	23:29	3.702	18,0
8	GRAN HERMANO	5	21/05/2012	Lunes	22:47	1:44	3.538	25,0
9	MOTOCICLISMO:MUNDIAL:MOTOGP / G.P.FRANCIA	5	20/05/2012	Domingo	14:01	14:51	3.454	29,7
10	GRAN HERMANO:PREVIO	5	28/05/2012	Lunes	21:57	22:45	3.333	16,8
11	GRAN HERMANO	5	07/05/2012	Lunes	22:41	1:45	3.313	23,1
12	GRAN HERMANO	5	14/05/2012	Lunes	22:43	1:45	3.236	22,4
13	AIDA	5	06/05/2012	Domingo	22:08	23:30	3.232	15,9
14	GRAN HERMANO	5	17/05/2012	Jueves	21:58	1:45	3.196	22,1
15	GRAN HERMANO	5	10/05/2012	Jueves	21:57	1:43	3.194	22,2
16	EL HORMIGUERO 3.0	Antena 3	23/05/2012	Miércoles	21:43	22:31	3.080	17,4
17	AIDA	5	27/05/2012	Domingo	22:07	23:31	3.056	16,1
18	GRAN HERMANO	5	24/05/2012	Jueves	21:57	1:45	3.029	20,9
19	GRAN HERMANO:PREVIO	5	21/05/2012	Lunes	21:58	22:47	3.014	14,6
20	POST MOTOCICLISMO:MUNDIAL:MOTOGP / G.P.FRANCIA	5	20/05/2012	Domingo	14:51	15:10	2.945	21,7

**Informativos Telecinco aventaja nuevamente a Antena 3 Noticias tanto de lunes a viernes como de lunes a domingo**

	<b>INFORMATIVOS TELECINCO</b>	<b>ANTENA 3 NOTICIAS</b>	<b>DIFERENCIA</b>
<b>LUNES-VIERNES</b>	<b>12,7% y 708.000</b>	11,8% y 633.000	<b>+0,9</b>
<b>LUNES-DOMINGO</b>	<b>12,1% y 772.000</b>	11,8% y 723.000	<b>+0,3</b>

**La edición de *prime time* (14% y 1.959.000), presentada por Pedro Piqueras, ha sido la referencia informativa de las cadenas comerciales al superar en 3,3 puntos a Antena 3 Noticias 2 (10,7% y 1.439.000)**

**“GRAN HERMANO 12+1” CONCLUYE COMO EL ESPACIO MÁS VISTO EN LAS CADENAS COMERCIALES EN LA PRESENTE TEMPORADA (20,3% Y 2.948.000)**

**“EL PROGRAMA DE ANA ROSA” CIERRA MAYO COMO MAGAZINE MATINAL LÍDER (17,1% Y 462.000) POR DELANTE DE “ESPEJO PÚBLICO” (16,6% Y 438.000) Y AMPLÍA HASTA LOS 3,4 PUNTOS SU VENTAJA EN TARGET COMERCIAL (18,8% Y 15,4%)**

**“HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR” (15,5% Y 2.045.000), LÍDER DE LA NOCHE DE LOS MARTES A CASI 4 PUNTOS DE ANTENA 3 (11,4% Y 1.587.000)**

**“AÍDA” SERIE MÁS VISTA EN MAYO EN TODAS LAS CADENAS (3.194.000 Y 16,2%)**

**“SÁLVAME DELUXE” (14,7% Y 1.783.000) Y “EL GRAN DEBATE” (12,6% Y 1.548.000), PRIMERAS OPCIONES DE LOS VIERNES Y SÁBADO NOCHE CON 3,9 Y 1,9 PUNTOS DE VENTAJA SOBRE ANTENA 3 (10,6% Y 10,7%), RESPECTIVAMENTE**

**LA FINAL DE LA UEFA EUROPA LEAGUE, EMISIÓN MÁS VISTA EN TELECINCO DESDE LA FINAL DEL MUNDIAL DE FÚTBOL 2010 CON 8.094.000 ESPECTADORES Y 44,8% DE SHARE**

**LOS GRANDES PREMIOS DE PORTUGAL Y FRANCIA DEL MUNDIAL DE MOTOCICLISMO SUPERAN LOS 3.000.000 DE ESPECTADORES Y ROZAN EL 30% DE SHARE EN SUS CARRERAS DE MOTO GP**

**“PASAPALABRA” (17,4% Y 1.913.000) Y “SÁLVAME DIARIO” (16% Y 1.755.000), UNA VEZ MÁS LÍDERES ABSOLUTOS EN LA TARDE**



**Cuatro adelanta a la Sexta en casi todas las franjas del día y en *target* comercial**

	<b>CUATRO</b>	<b>LA SEXTA</b>	<b>Diferencia</b>
<b>MAÑANA</b>	<b>4,5%</b>	3,8%	<b>+0,7</b>
<b>SOBREMESA</b>	<b>6,3%</b>	3,9%	<b>+2,4</b>
<b>TARDE</b>	<b>4,6%</b>	3,7%	<b>+0,9</b>
<b>LATE NIGHT</b>	<b>8%</b>	5,4%	<b>+2,6</b>
<b>DAY TIME</b>	<b>5,8%</b>	4%	<b>+1,4</b>
<b>T. COMERCIAL</b>	<b>6,8%</b>	5,5%	<b>+1,3</b>

**Gana a su competidor prácticamente todos los días del mes (29), se impone en 11 de los 14 mercados regionales y vence en todos los sistemas de distribución: TDT (5,5% vs. 4,8%), cable (5,2% vs. 4,4%) y Digital + (6,8% vs. 4,8%)**

**“HOUSE” SUPERA CON HOLGURA A LA SEXTA EN LA NOCHE DE LOS JUEVES CON UNA MEDIA DE 1.618.000 SEGUIDORES Y UN 8,2% DE SHARE**

**“ME CAMBIO DE FAMILIA” (8,2% Y 1.362.000), AVENTAJA EN 5 PUNTOS DE SU INMEDIATO COMPETIDOR EN SU FRANJA DE EMISIÓN (3,2% Y 534.000)**

**“CUARTO MILENIO” (9,9% Y 646.000), POR DELANTE DE LA SEXTA (5,3%) Y A ANTENA 3 (5,3%) EN EL LATE NIGHT DOMINICAL**

**“21 DÍAS” (7,4% Y 598.000) , “CONEXIÓN SAMANTA” (6,9% Y 579.000) Y “CALLEJEROS” (6,8% Y 940.000) LIDERAN SUS FRANJAS DE EMISIÓN SOBRE SU COMPETIDOR INMEDIATO**



## LOS CANALES TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA BATEN RÉCORDS

Factoría de Ficción, cadena temática líder en mayo (2,7%), crece en *target* comercial hasta el 3,4% de *share*

Divinity marca su récord histórico (1,4%) y anota máximos en su *core target* -mujeres 16-44 años- (2,7%) y en *target* comercial (1,7%), superando a Nova en ambos parámetros (2,5% y 1,5%)

Boing se convierte en el cuarto canal temático más visto (1,6%) y alcanza el 11,5% de *share* entre los niños de 4 a 12 años

Energy repite récord (0,8%) y eleva su registro en hombres de 25 a 44 años hasta el 1,9% de *share*, superando holgadamente a Nitro (1,3%)



LaSiete cierra mayo con un 1,5% de cuota de pantalla y crece en *target* comercial hasta el 1,8%, alcanzando el 4º puesto del *ranking* de temáticos en este parámetro

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET *españa.*

