

MEDIASET *españa.*



Madrid, 1 de noviembre de 2017

## Telecinco (12,3%), cadena más vista de octubre por sexto año consecutivo

Supera a su competidor (11,9%) y suma 9 meses de liderazgo ininterrumpido

Vuelve a liderar el target comercial (12,2%)

Es el canal preferido entre espectadores de 25 a 34 años (13,1%) por 33º mes consecutivo

Es la cadena que más franjas lidera: *day time* (12,3%), *prime time* (12,2%), *tarde* (13,9%) y *late night* (14,4%)

- Es la opción preferida en 5 de las 7 noches de la semana. Sus liderazgos por comunidades tienen lugar en Asturias (20%), Canarias (14,6%), Murcia (14%), Euskadi (13,8%), Andalucía (13,3%), Madrid (13,2%) y Galicia (12,5%).

### **INFORMATIVOS TELECINCO 21:00h (L-V) (15,6% Y 2.405.000), REFERENCIA INFORMATIVA ABSOLUTA ENTRE TODAS LAS TELEVISIONES EN UN MES MARCADO POR LA ACTUALIDAD DE LOS ACONTECIMIENTOS EN CATALUÑA**

- Marca su mejor registro en número de espectadores desde marzo y supera en 3,4 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,2% y 1.835.000) de lunes a viernes.
- **La edición de noche de lunes a domingo** (14,4% y 2.185.000) también lidera de forma absoluta entre todas las cadenas y se impone con superioridad a su competidor en 2,4 puntos (12% y 1.793.000).
- **De lunes a viernes, las ediciones de sobremesa y noche** anotan un promedio del 14,6% de *share* y 2.054.000 espectadores, imponiéndose en 1,1 puntos a Antena 3 (13,5% y 1.849.000).
- **En su conjunto total**, la suma de las ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo anota un 13,7% de *share* y 1.900.000 espectadores, casi medio punto más que su inmediato competidor (13,3% y 1.810.000), liderando entre las televisiones comerciales.

## ESPACIOS DE PRIME TIME

- **‘La que se avecina’** (20,3% y 2.885.000), serie más vista de la temporada con sus mejores resultados en jóvenes de 13 a 24 años (38,5%) y espectadores de 25 a 34 años (34,9%). Crece hasta el 24,1% en *target* comercial, convirtiéndose en la serie con mejor *target* comercial de la temporada.
- **‘La Voz’** (18,4% y 2.382.000), líder absoluto en su franja de emisión, supera en casi 2 puntos a Antena 3 (16,5% y 2.138.000) y crece hasta el 19,6% en *target* comercial.
- **‘Gran Hermano Revolution’** (14,7% y 1.657.000), líder en su franja de emisión, es la primera opción en *target* comercial (14,7%), destacando en jóvenes de 13 a 24 años (20%) y en espectadores de 25 a 34 años (20,2%).
- **‘Mi casa es la tuya’** (12,9% y 1.777.000) mantiene su liderazgo de septiembre superando a su rival (10,8% y 1.486.000). Es también la primera opción en *target* comercial (12,4%), en mujeres (15,6%) y en jóvenes de 13 a 24 años (13,9%).
- **‘Sábado Deluxe’** (13,3% y 1.450.000) se mantiene imbatible en su franja a 5 puntos de distancia sobre Antena 3 (8,3% y 903.000).
- **‘Cine 5 estrellas’** los domingos lidera su franja en *target* comercial (15,4% vs. 14,5% de Antena 3) al igual que sucede y en los *targets* de edad menores de 55 años. Destaca su dato en los segmentos 13-24 años (17,1%) y 35-54 años (16,4%).

## ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** (18,1% y 562.000) crece hasta el 18,2% en *target* comercial.
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** (9,4% y 622.000) mantiene su liderazgo en jóvenes de 13 a 24 años (22,2%), en espectadores de 25 a 34 años (17,5%) y alcanza un 12,2% en *target* comercial.
- **‘Cámbiame’** (10,1% y 1.103.000), oferta preferida entre espectadores menores de 35 años (12,8%), anota un 11,7% en *target* comercial.
- **‘Sálvame diario’**, con la suma de sus ediciones ‘Limón’ y ‘Naranja’ registra una media del 15% de *share* y 1.542.000 espectadores, convirtiéndose en primera opción de la tarde, a más de 3 puntos de distancia de Antena 3 (11,9% y 1.224.000).
- **‘Pasapalabra’** (15,5% y 1.887.000) crece respecto a septiembre, continúa imbatible en su banda horaria y suma 3,5 puntos más que su principal competidor (12% y 1.466.000).
- **‘Viva la vida’** (10,2% y 1.175.000) logra su récord mensual en número de espectadores.

# **Cuatro (5,9%) se impone a La Sexta en espectadores menores de 35 años (6,3%)**

**Crece en target comercial (6,9%) y prime time (6%)**

## **ESPACIOS INFORMATIVOS**

- **De lunes a viernes, Noticias Cuatro 1** (12% y 1.214.000) anota máximo en espectadores desde marzo de 2015 mientras que **Noticias Cuatro 2** (4,6% y 462.000) marca su mejor resultado desde marzo.
- En su **conjunto total de lunes a viernes** alcanza un 8,1% y 809.000 espectadores, su mejor dato en espectadores desde marzo 2016.
- **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana (6,9% y 835.000)** anota su mejor cuota desde noviembre de 2015 y máximo de espectadores desde enero 2017.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** (6,5% y 808.000) supera un mes más a La Sexta (5,8% y 718.000). Aumenta hasta el 7,7% en *target* comercial y destaca en jóvenes de 13 a 24 años (10,5%).
- **'Las Mañanas de Cuatro'** crece cuatro décimas respecto al mes anterior y anota un 11,3% y 717.000 espectadores, su máximo resultado en número de espectadores de los últimos 3 años en octubre.

## **ESPACIOS DE PRIME TIME**

- **'First Dates' (L-J)** (7,1% y 1.256.000) crece hasta el 8,8% en *target* comercial y se impone a su rival en jóvenes de 13 a 24 años (8,9% vs. 7,5%) y en espectadores de 25 a 34 años (11,1% vs. 10,6%).
- **'Grupo 2 Homicidios'** (4% y 362.000), por encima de su principal competidor en jóvenes de 13 a 24 años (5,5% vs. 2,9%).
- **'La línea roja'** (5,7% y 913.000) supera a La Sexta en menores de 35 años (8% vs. 7,5%).
- **'Héroes, más allá del deber'** (5,4% y 745.000), por encima de su competidor en menores de 55 años (6,8% vs. 6,2%): 13-24 años (7% vs. 3,1%) y 35-54 años (7% vs. 6,7%).
- **'Quién quiere casarse con mi hijo'** (8% y 1.026.000), líder absoluto entre los espectadores menores de 35 años, donde promedia un 15,4% de *share* con un destacado 18,6% en espectadores de 25 a 34 años. Crece 2,6 puntos en *target* comercial (10,6%).

- **‘Volando voy’** (8,9% y 1.618.000 espectadores) crece en cuota respecto a septiembre, anota un 9,8% en *target* comercial y supera a su rival en menores de 35 años (8,8% vs. 7,7%).
- **‘Cuarto Milenio’**, con 8% de *share* y 897.000 espectadores se vuelve a situar por encima de La Sexta (7,4% y 820.000) y anota sus mejores resultados en espectadores de 25 a 34 años (9% vs. 7,3%) y de 35 a 54 años (10,1% vs. 6,9%).

### ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘Dani y Flo’** (3,5% y 415.000) se impone a La Sexta en público joven de 13 a 24 años (6,9%) frente al 6,6% de su competidor.
- **‘Ven a cenar conmigo’** (4,3% y 588.000) mejora medio punto respecto a septiembre y se sitúa sobre La Sexta en espectadores menores de 35 años (6,3% vs. 6,1%).
- **‘Home Cinema 1’** (7,6% y 929.000 espectadores) se impone a La Sexta (6,2% y 758.000), a la que también se impone en menores de 55 años (9,5% vs. 6,5%) y con su mejor dato en 35-54 años, con un 10,5% frente al 7,3% de La Sexta.
- **‘Home cinema 2’** supera en menores de 55 años a La Sexta (6,7% vs. 6,2%). Y anota un 7,1% de *share* en el segmento 35-54 años.

## Los canales temáticos de Mediaset España acumulan un 8,5% de *share* y aventajan en 1,3 puntos a los de Atresmedia (7,2%)

- **Factoría de Ficción** (3%), líder temático de la televisión, suma 67 meses de liderazgo ininterrumpido y anota un 9,3% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años, 3,4 puntos más que su inmediato competidor (5,9%) y solo superado por Telecinco y Antena 3. Gana un mes más a Neox (2,3%), al que también se impone en *target* comercial (3,8% vs. 3,1%). El filme ‘Kingsman: Servicio secreto’ (5% y 749.000 espectadores) ha coronado el *ránking* de emisiones del canal en octubre.
- **Divinity** (2%) supera un mes más a Nova en *target* comercial (2,4% vs. 1,8%) y en mujeres de 16 a 44 años (3,1% vs. 2,8%). ‘Moonlight in Vermont’ (2,8% y 486.000), largometraje ofrecido en el *slot* cinematográfico ‘Sofá, Cine y Divinity’, se ha alzado como la emisión más vista del canal este mes.
- **Energy** (1,8%) gana a Mega (1,6%) por 16º mes consecutivo. Incrementa su media nacional en el *target* comercial (1,9%). La ficción de investigación forense ‘C.S.I. Miami’ (3,1% y 574.000) ha sido la emisión más seguida.
- **Boing** (1,2%), canal infantil líder de la televisión comercial, bate un mes más a Disney Channel (1,1%), canal al que se impone por 35º mes consecutivo en

niños de 4 a 12 años (12,1% vs. 11%). La película de animación 'Río' (2,8% y 464.000 espectadores) ha encabezado el *ranking* de emisiones con mayor audiencia del canal en octubre.

- **Be Mad** (0,6%) supera a los canales Real Madrid HD (0,3%) y Ten (0,3%) y crece dos décimas en *target* comercial (0,8%) y en su *core target*, hombres de 16 a 44 años (0,8%). El programa 'Ven a cenar conmigo' es la emisión más vista del canal en el mes, con un 1,1% y 173.000 espectadores.