

AUDIENCIAS OCTUBRE 2012

En el mes de octubre con mayor consumo televisivo de la historia (251 minutos)



TELECINCO CRECE 1,1 PUNTO RESPECTO A SEPTIEMBRE (14,9%) Y LIDERA EL MES CON SU MEJOR DATO EN OCTUBRE DESDE 2009

Supera en 1,8 puntos a Antena 3 (13,1), cadena a la que adelanta por 38º mes consecutivo



CUATRO (5,6%), UN MES MÁS POR DELANTE DE LA SEXTA (5,4%), SE IMPONE TAMBIÉN EN TARGET COMERCIAL (6,9% VS. 6,2%)



EL CONJUNTO DE CANALES TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA VUELVE A LIDERAR (8,4%) FRENTE AL NUEVO GRUPO DE TEMÁTICOS DE ANTENA 3 Y LA SEXTA (8,3%)



FACTORÍA DE FICCIÓN (3,0%), LÍDER DE LOS TEMÁTICOS POR 7º MES CONSECUTIVO TRAS GANAR 26 DE LOS 31 DÍAS DEL MES, TRIUNFA TAMBIÉN EN TARGET COMERCIAL (3,7%)



DIVINITY (1,4%), 4º TEMÁTICO MÁS VISTO EN TARGET COMERCIAL (1,9%), DUPLICA SU SHARE EN MUJERES 16-44 AÑOS (2,8%)



BOING OCUPA EL 5º LUGAR EN EL RANKING DE LOS CANALES TEMÁTICOS Y SUPERA NUEVAMENTE A DISNEY CHANNEL TANTO EN TOTAL INDIVIDUOS (1,6% VS. 1,4%) COMO EN TARGET INFANTIL (13,7% VS. 12,2%)



ENERGY IGUALA SU MEJOR DATO MENSUAL (1%) Y ANOTA RÉCORD HISTÓRICO EN HOMBRES 25-44 AÑOS (2,1%)



LASIETE (1,3%) INCREMENTA SU REGISTRO EN EL TARGET COMERCIAL (1,4%)

MEDIASET ESPAÑA MANTIENE SU LIDERAZGO EN OCTUBRE (28,8%) CON CASI 2 PUNTOS DE VENTAJA SOBRE EL NUEVO GRUPO ANTENA 3 (26,9%)

GANA TAMBIÉN EN PRIME TIME (28,1% VS. 27,3%) Y EN TARGET COMERCIAL, EN EL QUE CRECE HASTA EL 31,2% DE SHARE, 1,8 PUNTOS SOBRE EL GRUPO ANTENA 3 (29,4%)



Telecinco se adjudica el liderazgo del *prime time* (15,4%) tras crecer 2 puntos respecto a septiembre en esta franja

Gana también el *target* comercial de total día (14,7%), day time (14,3%) y *prime time* (15,6%). Es este último parámetro experimenta un incremento de 2,6 puntos respecto a septiembre y de 3,2 sobre el dato de octubre de 2011

La cadena triunfa además en las franjas de *day time* (14,6%), *late night* (19,9%) y tarde (16,1%), mientras que por mercados geográficos se impone en Andalucía (14,9%), Asturias (18,9%), Canarias (18,3%), País Vasco (17,6%), Castilla-La Mancha (16,7%), Aragón (15,6%), Galicia (15,5%), Madrid (14,1%) y Baleares (14,1%)

Telecinco acumula 23 victorias en octubre frente a 9 de Antena 3 y se impone a su competidor en 5 de las 7 noches de la semana: lunes (“La que se avecina”), martes (“Hay una cosa...”), miércoles (“La Voz”), viernes (“Sálvame deluxe”) y domingo (“Aída”)

La cadena copa el *ranking* de las 10 emisiones más vistas del mes en las cadenas comerciales con 5 galas de “La Voz” y 5 capítulos de “LQSA”

Informativos Telecinco repite como referencia informativa entre las cadenas comerciales tanto de lunes a viernes (13,7% y 855.000) como de lunes a domingo (13,2% y 944.000)

Informativos Telecinco 21:00 horas supera en *share* incluso al Telediario 2 de TVE con un 14,3% de cuota de pantalla

TRAS LA EMISIÓN DE SUS SIETE PRIMERAS GALAS, “LA VOZ” ES EL PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO MÁS VISTO DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS CON UNA MEDIA DEL 34,8% DE *SHARE* Y 5.437.000 ESPECTADORES EN EL MES DE OCTUBRE

LA 6ª TEMPORADA DE “LA QUE SE AVECINA” SE CONVIERTE EN LA SERIE MÁS VISTA DE LA TEMPORADA ENTRE TODAS LAS CADENAS CON UNA MEDIA DEL 24% DE *SHARE* Y 4.457.000 ESPECTADORES EN SUS CINCO PRIMEROS EPISODIOS

“EL PROGRAMA DE ANA ROSA” (19,2% Y 541.000), *MAGAZINE* MATINAL MÁS VISTO EN OCTUBRE FRENTE A SU COMPETIDOR INMEDIATO (18,6% Y 516.000)

“AÍDA” (17,3% Y 3.433.000) SE MANTIENE COMO LA EMISIÓN MÁS VISTA DE LOS FINES DE SEMANA

LOS TRES GRANDES PREMIOS DE MOTOCICLISMO DE ESTE MES HAN ACUMULADO UNA MEDIA DEL 23,2% DE *SHARE*

“SÁLVAME DIARIO” (17,0% Y 1.875.000) Y “PASAPALABRA” (15,4% Y 1.965.000) CONTINÚAN COMO LAS OFERTAS PREFERIDAS EN LA TARDE

“HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR” (20,3% Y 2.687.000), “SÁLVAME DELUXE” (15,1% Y 2.050.000) Y “EL GRAN DEBATE” (13,7% Y 1.792.000) HAN SIDO LOS ESPACIOS PREFERIDOS EN SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE EMISIÓN



Por mercados geográficos, se impone en Canarias (6,4%), Castilla-La Mancha (5,9%), Castilla y León (5,9%), Murcia (5,8%), Asturias (5,4%), Andalucía (5,2%), Baleares (5,1%) y “Resto” (6,0%)

CON UN 11,2% DE *SHARE* Y 1.939.000 ESPECTADORES, “¿QUIÉN QUIERE CASARSE CON MI HIJO?” DUPLICA LA MEDIA DEL CANAL EN OCTUBRE

“UN MUNDO SIN FIN”, QUE ACUMULA UNA MEDIA DE 11,3% DE *SHARE* Y 1.952.000 ESPECTADORES, TUVO EL MEJOR ESTRENO DE UNA SERIE EN CUATRO DESDE 2010

“21 DÍAS” (16,9% Y 1.286.000), “CALLEJEROS” (6,9% Y 1.047.000) Y “CONEXIÓN SAMANTA” (8% Y 557.000) SE IMPONEN A LA SEXTA EN SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE EMISIÓN

“ME CAMBIO DE FAMILIA” (8,6% Y 1.042.000) Y “CALLEJEROS VIAJEROS” (7,1% Y 1.048.000) SUPERAN A SU INMEDIATO COMPETIDOR EN SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE EMISIÓN

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

