

A partir de las 21:55 horas

DIVINITY PREESTRENA MAÑANA EL *DOCU-REALITY* “VENDER PARA COMPRAR” EN UNA NOCHE TEMÁTICA DEDICADA A LA DECORACIÓN

- Este evento especial del canal femenino arrancará con una triple entrega de “Vender para comprar”, al que seguirán capítulos inéditos de “La casa de mis sueños” y diversas ediciones de “Callejeros” sobre inmuebles únicos
- En cada entrega de “Vender para comprar”, los gemelos Scott ayudarán a diversas familias a remodelar su vivienda habitual para venderla en las mejores condiciones y poder así comprar la casa que siempre han deseado
- “La casa de mis sueños” (2,2% de *share*) y “Tu casa a juicio” (1,9% de cuota en el acumulado del año), claves del éxito del contenedor temático “Divinity Home”

La búsqueda del hogar perfecto y la decoración de interiores serán algunas de las temáticas que protagonizarán los estrenos de Divinity para la nueva temporada. Una renovada parrilla que dará comienzo mañana jueves con el preestreno del *docu-reality* “Vender para comprar”, en la primera noche temática de “Divinity Home”. Reformar la vivienda de una familia para atraer a posibles compradores y cerrar una venta perfecta que permita adquirir la casa de sus sueños al mejor precio son los objetivos que perseguirán los hermanos Drew y Jonathan Scott en este *reality*.



We ♥ realities

La programación especial dará comienzo a las 21:55 horas con la emisión de la triple entrega inaugural de “Vender para comprar”, espacio en el que los gemelos Scott renovarán la vivienda actual de una familia con un claro objetivo: cerrar una venta exitosa. A las 00:30 horas, la cadena ofrecerá dos ediciones inéditas del programa “La casa de mis sueños” para culminar la jornada en el *late night* con el “Especial Callejeros viajeros: casas del mundo” y una triple edición de “Callejeros”: “Casas de ricos”, “Casas de cine” y “Casas con piscina”.

Dos hermanos y destacados profesionales inmobiliarios emprenden la búsqueda de la casa perfecta en “Vender para comprar”

Dotados de una habilidad especial para convertir antiguos inmuebles en el hogar perfecto para sus clientes, los gemelos Scott ayudarán a distintas parejas a mejorar su hogar y a buscar su nueva residencia. Mientras **Jonathan**, contratista profesional, **analiza todas las dependencias de la casa a reformar para convertirla en un idílico hogar**, **Drew**, experto agente inmobiliario, **estudiará la oferta de viviendas a la venta para escoger aquélla que se mejor adapta a sus nuevas necesidades**.

La **primera entrega** tendrá como protagonistas a Julie y Blake, padres de tres bebés, cuya casa se les ha quedado pequeña y que buscan otra con más habitaciones. La pareja espera encontrar un inmueble espacioso lleno de ventajas, un sueño que podrán cumplir si renuevan su actual vivienda actual y la venden a buen precio. Cuando Jonathan muestra a los propietarios la lista de reformar a realizar, éstos se asustan ante el coste de los trabajos. Mientras, Drew busca posibles inmuebles a los que la familia podría mudarse.

“Divinity Home” revalida su éxito de audiencia en verano con un 2,3% de share, 2 décimas más que la media de la cadena

El **universo de la decoración** es uno de los *must* de la programación de Divinity. Espacios como “Tu casa a juicio”, “Reforma Express” y “La casa de mis sueños” vertebran “**Divinity Home**”, contenedor temático del canal que **acumula en verano un 2,3% de share**, 2 décimas por encima de la media de la cadena en este periodo (2,1%).

De los tres emblemáticos *docu-realities*, “**Tu casa a juicio**”, conducido por la interiorista Hillary Parr y el agente inmobiliario David Visentin, se alza como el **programa más visto de la cadena**, registrando en lo que va de año un **1,9% en total individuos** -dato que asciende al **2,4%** en los mercados autonómicos de **Cataluña y Baleares**- y un **4% de cuota** en el grupo de **mujeres de 16 a 44 años**..

Estrenado el pasado 29 de julio, “**La casa de mis sueños**” promedia un **2,2% de cuota**, que se eleva al **3,2% en el target comercial** y al **4,6% en el core target**, parámetros en los que lidera su franja entre los canales temáticos. Registra además un **seguimiento mayoritario en Canarias (3,3%) y Cataluña (3,2%)**.

Por otra parte, “**Reforma Express**” registra en 2013 un **1,7% de share** y un **3,3% en su público de referencia** (mujeres de 16 a 44 años) y anota **máximo en Cataluña con un 6% de share**.

GABINETE DE PRENSA
MEDIASETespaña.



 @mediasetcom