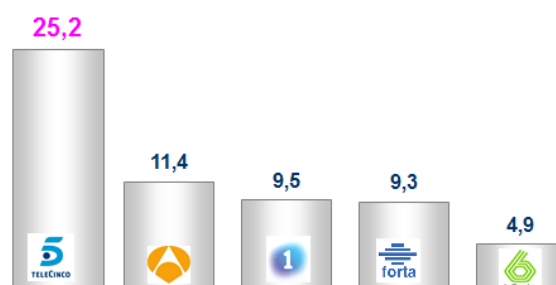


DESTACADOS AUDIENCIA FIN DE SEMANA

5

TELECINCO INAUGURA EN QATAR EL MUNDIAL DE MOTOCICLISMO CON LA CARRERA DE MOTOGP MÁS VISTA EN LA HISTORIA DE ESTA CATEGORÍA

Con 4.511.000 espectadores y un 25,2% de *share*, la prueba se sitúa además como la segunda con mayor número de seguidores la historia general del motociclismo español, sólo superada por la carrera de 500 cc. de 1999 en Río de Janeiro, que congregó a 5.145.000 espectadores



Franja de emisión (21:02-21:44h.)

Targets	T5	A3
Ind. 4+	25,2	11,4
T.C.	29,5	11,6
Hombres	31,8	8,8
Mujeres	18,8	13,8
4-12	19,0	5,0
13-24	27,2	7,5
25-34	30,6	8,4
35-54	29,7	11,5
55-64	28,6	13,2
65 y mas	15,7	14,1
ALTA-MEDIA ALTA	23,4	10,4
MEDIA	26,6	10,5
MEDIA BAJA	25,9	12,8
BAJA	19,3	14,5
AND	21,5	12,6
CAT	28,1	6,3
EUS	22,9	6,6
GAL	26,5	7,3
MAD	25,0	13,4
VAL	23,7	13,9
CLM	26,0	15,0
CAN	29,3	10,2
ARAGON	20,6	14,4
ASTURIAS	25,1	11,9
BALEARES	30,4	7,7
MURCIA	26,1	12,9
CASTILLA Y LEÓN	22,0	20,8
RESTO	26,9	15,6

Anotó un excelente 29,5% en *target comercial* y fue la emisión más vista del día, liderando de forma absoluta su franja de emisión en todos los segmentos de espectadores menores de 65 años, de todas las clases sociales y mercados geográficos

Alcanzó el *minuto de oro* a las 21:43 horas -coincidiendo con el final de la carrera- con cerca de 5,5 millones de espectadores (5.368.000 y 27,8%)

El *Previo* (17,6% y 2.650.000) y el *Post de MotoGP* (18,7% y 3.743.000) lideraron sus respectivas franjas horarias incrementando en ambos casos más de 3 puntos su cuota de pantalla media en *target comercial* (20,9% y 21,8%, respectivamente)

El conjunto de las tres carreras, que culminaron con triplete español con las victorias de Luis Salom, Pol Espargaró y Jorge Lorenzo, anotó un 20,4% de *share* y 3.064.000 espectadores, 3 puntos por encima del resultado del año pasado (17,4% y 2.245.000)

La *carrera* (18,4% de *share*, 2.457.000 espectadores y un *target comercial* del 22,6%) y el *Post de Moto2* (18,2% de *share*, 2.515.000 seguidores y un 22,1% de *target comercial*) lideraron igualmente sus respectivas franjas de emisión

El *Mundial de MotoGP* encabezó el *ránking* de lo más comentado en las redes sociales con más de 92.000 comentarios

La serie “*Galerías Paradise*” incrementó su cuota en casi medio punto de *share* y en 200.000 espectadores respecto a la semana pasada (8,7% y 1.219.000)

Telecinco lideró el *prime time* del domingo (14,4%) y el *late night* (13,1%)



ENERGY MARCA VIERNES Y SÁBADO SU SEGUNDO MEJOR DATO HISTÓRICO CON UN 1,5% DE SHARE

El canal masculino de Mediaset España anotó el viernes un 3,7% de *share* y un 2,9% el sábado en su *core target*: hombres de 25 a 44 años

Los entrenamientos del viernes del Mundial de MotoGP consiguieron en la “categoría reina” un 2,2% de *share*, 243.000 espectadores y un *target* comercial del 3,4%

El canal de Mediaset España anotó el sábado su segundo mejor registro histórico en la franja de tarde (2%) con la emisión de la sesión de clasificación de Moto 3 (2,0% y 280.000), Moto 2 (2,4% y 292.000) y los entrenamientos libres de MotoGP (3,3% y 380.000), unas cifras sólo superadas anteriormente en la tarde de Energy por la Gala FIFA Balón de oro 2013 (460.000 y 3,3%)



CUATRO (7,4%) SUPERA A LA SEXTA (6,1%) EL DOMINGO

Los títulos de aventuras de “Home Cinema” “**Dragon wars**” (9% y 1.268.000) y “**El código de Carlo Magno**” (7,6% y 1.035.000) superaron a su inmediato competidor

Cuatro se impuso a LaSexta en total día, sobremesa (9,2% vs. 5,7%) y *late night* (13,1% vs. 3,2%), donde “**Cuarto Milenio**” congregó a cerca de 1 millón de seguidores con un 10,6% de *share* y un 12,7% de *target* comercial

El **viernes**, “**Noticias Cuatro Deportes**” (6,8%) duplicó en su franja a La Sexta (3,1%), que incluía el espacio “Jugones”, que marcó un nuevo mínimo (2,9% y 407.000)



“CUPCAKE MANIACS”, “CHARLY Y LA FÁBRICA DE PASTELES” Y “SUPERTARTAS DE BODA” SE ESTRENAN CON ÉXITO EN EL NUEVO CONTENEDOR “DELICIOUS” DE DIVINITY

“**Cupcake Maniacs**” (2% y 182.000), “**Charly y la fábrica de pasteles**” (2,6% y 138.000) y “**Supertartas de boda**” (2,6% y 155.000) superaron la media del canal con sus primeras entregas

En la franja de emisión del contenedor “Delicious” (9:25-14:28 horas) Divinity anotó un 2,1% de *share* en total individuos y un 3,8% en mujeres 16-44 años, mejorando en medio punto el dato de franja y aventajando en 0,4 y 2,4 puntos a Nova (1,7% y 1,4%), respectivamente

Divinity cerró el domingo con un 1,8 de *share* en total día y un 3,6% en su *core target*: mujeres de 16 a 44 años



FACTORÍA DE FICCIÓN, CADENA TEMÁTICA LÍDER DEL DOMINGO CON 3% DE SHARE

La serie “**La que se avecina**” se convirtió en lo más visto del día entre las temáticas (4,1% y 761.000)

Se impuso también en *prime time* (3,4%), *day time* (2,8%), *sobremesa* (2,5%), *tarde* (2,4%), *late night* (4,3%) y en *target comercial* (3,5%)



BOING SUPERA EL DOMINGO A DISNEY CHANNEL (1,6 VS. 1,5%) Y EN *TARGET* NIÑOS (12,3% VS. 11,5%)

MEDIASETespaña.

MEDIASET ESPAÑA LIDERA EL DOMINGO CON UN 28,7% DE *SHARE* EN TOTAL DÍA Y UN 31,8% EN *TARGET* COMERCIAL

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

