

DESTACADOS AUDIENCIAS FIN DE SEMANA



EL PREESTRENO MULTICANAL DE “DEJA SITIO PARA EL POSTRE” SE CONVIERTE EN EL MÁS VISTO DE LA HISTORIA DE MEDIASET ESPAÑA CON MÁS DE 5,5 MILLONES DE ESPECTADORES

El avance del nuevo programa de Cuatro (5.532.000), que se estrena mañana martes, alcanzó un destacado 28,4% de *share* en Telecinco, Cuatro, FDF, LaSiete, Divinity, Energy y Nueve



“AÍDA” ANOTA EL *MINUTO DE ORO* DEL DOMINGO CON MÁS DE 3,7 MILLONES DE ESPECTADORES (18,3%)

La comedia de Telecinco fue seguida por una media de 3.000.000 de espectadores y un 14,3% de cuota de pantalla, creció hasta el 16,9% de *share* en el *target* comercial y lideró entre los espectadores menores de 54 años con especial seguimiento entre los jóvenes de 13-24 años (19,6%) y 25-34 años (21,4%)

Informativos Telecinco 15:00 horas (1.594.000 y 11,4%) anotó su mejor resultado dominical desde octubre, mientras Informativos Telecinco 21:00 horas (2.481.000 y 12,8%) registró su mejor *share* desde el pasado 20 de octubre



“ABRE LOS OJOS... Y MIRA” BATE SU RÉCORD DE ESPECTADORES Y ANOTA SU SEGUNDO MEJOR *SHARE*

El programa conducido por Emma García y Alfonso Merlos fue seguido el sábado por una media de 2.135.000 espectadores y un 16,1% de cuota de pantalla y lideró su banda de emisión con casi 4 puntos de ventaja sobre Antena 3 (11,2% y 1.483.000)

Anotó el *minuto de oro de la jornada* a las 23:57 horas con una media de 3.275.000 espectadores (20%)

Previamente, Informativos Telecinco 21:00 horas (2.110.000 y 14,3%) lideró su franja de emisión con casi 5 puntos de ventaja sobre Antena 3 (9,4% y 1.391.000)

Telecinco, cadena más vista del *prime time* (13,9%) y del *late night* (18,9%), con 3 y 8,8 puntos de ventaja sobre su principal competidor, respectivamente



CUATRO SUPERA A LA SEXTA EL FIN DE SEMANA CON LOS DESTACADOS REGISTROS DE “NOTICIAS CUATRO 1”, “DEPORTES CUATRO” Y “HOME CINEMA”

Batió a su principal competidor tanto el **sábado (6,3% vs. 6%)** como el **domingo (7% vs. 5,8%)**

Las ediciones de “**Noticias Cuatro 1**” del **sábado (10,1% y 923.000)** y **domingo (10,1% y 1.021.000)** superaron a su principal competidor en sus respectivas franjas (**7,6% y 690.000 y 10% y 864.000**), distancia que amplió en su edición deportiva del **sábado (8,1% y 1.091.000 vs. 4,5%-600.000)** y del **domingo (9,6% y 1.161.000 vs. 4,8% y 686.000)**

Las películas del contenedor “Home Cinema” “**Elektra**” (**7,3% y 1.015.000**) y “**El código Carlomagno**” (**6,7% y 859.000**) del **sábado**, por delante de La Sexta en sus respectivas bandas horarias (**4,4% y 614.000 y 4% y 517.000**). Asimismo, los largometrajes del **domingo** “**El rey Arturo**” (**9,7% y 1.149.000**) y “**Stonados**” (**8,3% y 684.000**) también batieron a su competidor (**7,6% y 763.000 y 2,9% y 448.000**)



FACTORÍA DE FICCIÓN, CANAL TEMÁTICO LÍDER DEL FIN DE SEMANA (3,2%)

Fue el canal más visto del **sábado** en el **day time (3,5%)**, **sobremesa y tarde (3%)**, **prime time (2,8%)**, **late night (4,5%)** y entre los espectadores del **target comercial del total día (3,9%)**, **day time (4,2%)** y **prime time (3,2%)**

También lideró la jornada dominical en las franjas de **sobremesa (2,9%)**, **tarde (3,1%)** y **prime time (3,3%)** y entre los espectadores del **target comercial del total día (3,8%)**, **day time (3,7%)** y **prime time (3,8%)**

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET *españa.*



@mediasetcom