

Madrid, 29 de septiembre de 2016

A partir del 1 de octubre de 2016

PUBLESPIÑA REFUERZA SUS MÓDULOS COMERCIALES CON LA INCLUSIÓN DE TNT, EL CANAL DE PAGO MÁS VISTO POR EL TARGET COMERCIAL

- TNT es en septiembre el **canal de pago más visto por el target comercial** en total día y en prime time. En la franja de máxima audiencia acumula una cuota del 0,6%, un 37% más que Fox, y casi el doble que AXN y el triple que Calle 13, gracias a una ininterrumpida tendencia al alza que le ha convertido en el canal con más crecimiento respecto al año pasado.

Ránking de cadenas de pago. Target Comercial. Septiembre.

Cadenas	Total Día	PRIME TIME
1 TNT	0,64	0,63
2 FOX	0,57	0,46
3 BEIN LIGA	0,46	0,43
4 CANAL HOLLYWOOD	0,39	0,42
5 AXN	0,38	0,32
6 COMEDY CENTRAL	0,29	0,25
7 HISTORIA	0,24	0,19
8 CALLE 13	0,23	0,27
9 MOVISTAR PARTIDAZO	0,22	0,60
10 FOX LIFE	0,21	0,24

- Es el canal temático de pago con los **mejores índices de afinidad** en target comercial y amas de casa comerciales.
- Esta temporada seguirá apostando por la producción propia a nivel internacional. Además de *The Last Ship* (3ª Temporada) y de *Buena conducta*, protagonizada por Juan Diego Botto y Michelle Dockery (Downton Abbey), TNT estrenará, entre otros, títulos como Will, una

ficción en torno a William Shakespeare que mezcla de forma innovadora las convenciones de las series de época con una estética y una banda sonora sorprendentemente contemporáneas; *Search Party*, sobre un grupo de millennials en Nueva York, o Historias de la cripta, en la que el director M. Night Shyamalan (El sexto sentido) actualiza el clásico de EC Comics cuya adaptación televisiva en los noventa se convirtió en una serie de culto.

- Además, este nuevo curso los espectadores de TNT podrán disfrutar de nuevas temporadas de algunas de las series de más éxito del canal, como la décima temporada de Big Bang, el final de la cuarta y la quinta de Vikingos, la segunda entrega de Las crónicas de Shannara y Rosewood o las nuevas temporadas de comedias como Mom, Dos chicas sin blanca y Black-ish.
- Comercialmente quedará agrupado a partir del 1 de octubre en los módulos Mediaset de target comercial y amas de casa comerciales, así como en módulo con Grupo Cuatro (Cuatro, Divinity y Energy), conformando una **oferta con un target homogéneo**. Publiespaña mantiene así su compromiso de agrupar cadenas con perfiles de audiencia y posicionamiento homogéneos. Además, como el resto de la oferta comercial de Mediaset, permite la compra monocadena.
- La inclusión de TNT supone una **mejora considerable en el perfil y la cobertura de las campañas** en los módulos comerciales de Mediaset. La cobertura de una campaña puede incrementarse en torno a un 3%.