



Madrid, 19 de febrero de 2015

A partir del próximo 1 de marzo

Telecinco pone en marcha su desconexión territorial en Canarias que permitirá a los anunciantes emitir sus campañas en HD

- El canal, que también iniciará la desconexión para el mercado canario en la frecuencia SD del múltiplex definitivo que sustituirá a la que actualmente emite provisionalmente, ofrecerá a las marcas la posibilidad de mejorar las coberturas y el alcance de sus iniciativas publicitarias
- En el acumulado del mes de febrero, Telecinco es líder en Canarias con un promedio del 17,4% de *share*, 2,1 puntos más que la suma de Antena 3 y Nova (15,3%), los canales de Atresmedia que permiten la desconexión de la publicidad en este territorio
- Además, el canal de Mediaset España es líder del *prime time* (18,2%), frente al 16,5% de Atresmedia con Antena 3 y Nova, copa el ranking de los 74 *spots* más vistos y ha ofrecido las cuatro emisiones con mayor audiencia del mes en este mercado autonómico

Aprovechar las ventajas que ofrece la Alta Definición y mejorar el alcance y las coberturas de sus campañas publicitarias en el mercado canario será posible **a partir del próximo domingo 1 de marzo** para los anunciantes de **Telecinco** con el lanzamiento de la **desconexión territorial de su señal HD en las Islas Canarias**.

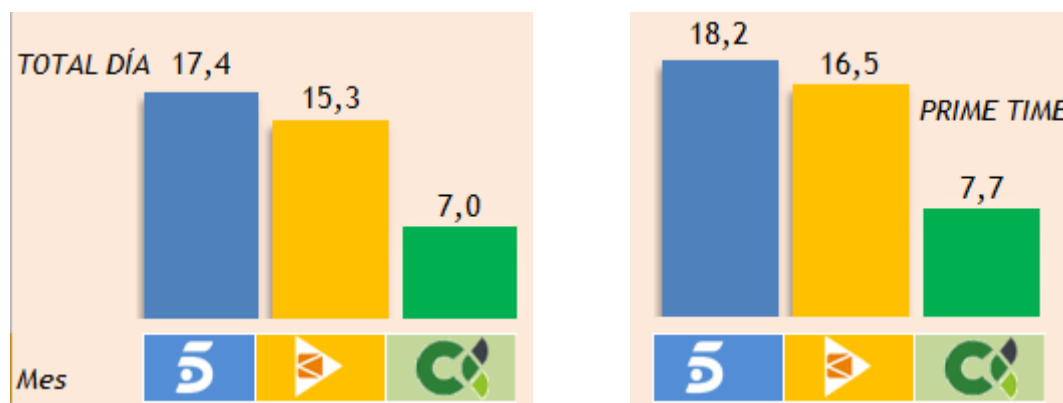
Esta iniciativa del canal se verá acompañada a su vez por la desconexión para el ámbito del archipiélago de la **frecuencia SD en el múltiplex definitivo**, que pasará a sustituir a la que actualmente mantiene Telecinco de manera provisional.

De este modo, además de poder adaptar sus materiales e imágenes a la tecnología HD, los anunciantes podrán **mejorar el perfil de sus campañas y acotar los mensajes que desean trasladar al mercado canario**.



Telecinco, líder de audiencia en Canarias

Con esta apuesta de Mediaset España por el mercado canario, los anunciantes podrán diseñar sus próximas acciones publicitarias específicas para esta desconexión territorial en **Telecinco, canal líder en el acumulado de febrero en Canarias** con un 17,4% de cuota de pantalla en el total día, frente al 15,3% de *share* anotado por su principal competidor, Atresmedia, que aglutina las señales de Antena 3 y Nova. La cadena, que crece respecto al pasado mes de enero (16,3%) y a febrero de 2014 (16,1%), también se impone en *prime time* con un 18,2%, frente al 16,5% que alcanza el conjunto de canales con desconexión de su competidor.



Además, Telecinco protagoniza las cuatro primeras emisiones más vistas en Canarias (tres de “Gran Hermano VIP” y una del nuevo *talent show* “Levántate”).

El liderazgo de Telecinco en el archipiélago también se ha trasladado al ámbito comercial con la **emisión de los 74 spots más vistos del mes**, de tal manera que para encontrar el primer *spot* de Antena 3 en el ranking es necesario descender hasta el puesto 75.

LOS SPOT MÁS VISTOS DEL MES

Rat% Ad. Publicidad Convencional. Canarias	CADENA	HORA	FECHA	EMISIÓN	Rat%
1	MEDIA MARKT	T5	23:44:33	12/02/2015 GH VIP	12,8
2	HIPERDINO/HIPERMERCAD	T5	23:44:13	12/02/2015 GH VIP	12,8
3	BOEHRINGER INGELHEIM/LIZI	T5	24:28:17	05/02/2015 GH VIP	12,5
4	HYUNDAI/IX35	T5	24:50:44	05/02/2015 GH VIP	12,3
5	COCA COLA	T5	23:15:48	05/02/2015 GH VIP	12,3



GABINETE DE PRENSA

MEDIASET España.



@mediasetcom

/mediasetesp

www.mediaset.es/mediasetcom