

Madrid, 1 de mayo de 2017

AUDIENCIAS ABRIL

TELECINCO LIDERA ABRIL (13,4%) CON EL MEJOR TARGET COMERCIAL DE LA TELEVISIÓN

Mediaset España ha vuelto a situarse un mes más como la oferta multicanal líder de la televisión en nuestro país, con Telecinco como la cadena más vista de forma absoluta y con el mejor *target* comercial, la franja de público más apreciada por los anunciantes en cuyo tercer puesto (entre las cadenas comerciales) se sitúa nuevamente Cuatro, por delante de su inmediato competidor.

- Telecinco supera a su competidor en 0,9 puntos (12,5%). Por *targets* sociodemográficos, es también la televisión favorita entre los espectadores de 25-34 años con un 13,2% de *share*, un liderazgo que mantiene desde hace 27 meses. También en jóvenes de 13-24 es primera opción con un 12,7%.
- Además del total día, la cadena también es la televisión más vista en *day time* (13,4%, 1,5 puntos más que Antena 3 11,9%), en la tarde (14,8%) y en el *late night* (17,5%).
- Es la opción preferida 4 de las 7 noches de la semana y la cadena que más días lidera del mes: 20, el 66,7% de los días disputados. También es líder en 9 de los 14 mercados televisivos (Andalucía, 13,8%; Cataluña, 10,8%; Euskadi, 14,7%; Galicia, 14,0%; Madrid, 13,9%; Canarias, 14,9%; Asturias, 21,3%; Murcia, 15,3%; y el denominado Resto, 14,2%).
- Sitúa 4 emisiones entre las más vistas del mes entre las cadenas comerciales: 'Supervivientes Express' (16,8% y 3.125.000), y tres programas de 'La Voz Kids' (23,6% y 3.280.000 - 26,7% y 3.015.000 - 20,3% y 2.840.000).

INFORMATIVOS TELECINCO (14,3% Y 1.833.000), REFERENTE INFORMATIVO DE LUNES A DOMINGO, A 2 PUNTOS DE DISTANCIA DE ANTENA 3 NOTICIAS (12,3% Y 1.534.000)

- **Informativos Telecinco 21:00h de lunes a domingo** (15,1% y 2.061.000) es también líder, superando en 3,8 puntos a su inmediato competidor (11,3% y 1.492.000), que se sitúa en tercer puesto, tras TVEI (11,8% y 1.729.000).
- **La edición de Informativos Telecinco 21:00h presentada por Pedro Piqueras (lunes-viernes)** se mantiene como la más vista de la televisión con un 16% de *share* y 2.232.000 espectadores, superando en 4,8 puntos a Antena 3 Noticias 2 (11,2% y 1.493.000), tercera opción después de TVEI (12,1% y 1.811.000).

- **La edición de sobremesa de lunes a viernes** (14,4% y 1.768.000) es la más vista entre las televisiones comerciales, estableciendo una distancia de 1,6 puntos sobre Antena 3 Noticias I (12,8% y 1.572.000).
- La media de **Informativos Telecinco Fin de Semana** (12,4% y 1.503.000) anota su segunda mejor cuota de temporada.
- **Informativos Telecinco 21:00h Fin de Semana** (13,1% y 1.715.000) lidera la oferta informativa de *prime time*, estableciendo una distancia de 1,6 puntos sobre Antena 3 (11,5% y 1.492.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME

La oferta de *prime time* de Telecinco, compuesta de forma íntegra por espacios de producción propia las siete noches de la semana, es durante abril el referente indiscutible del entretenimiento televisivo con el liderazgo en franja de todos sus formatos:

- **‘Especiales de Got Talent’** (13% y 1.562.000) supera en su franja en 1,6 puntos a su inmediato competidor (12,1% y 1.418.000). Lidera todos los *targets* (salvo públicos de 35-64 años) con su mejor dato entre los jóvenes de 13 a 24 años (18,7%).
- **‘Mi casa es la tuya’** (14,7% y 1.961.000) se impone en su franja, superando en 3,1 puntos a Antena 3 (11,6% y 1.553.000).
- **‘Gran Hermano VIP’** (19,2% y 2.162.000) duplica en su horario los registros de su competidor (10,4% y 1.168.000). Anota un 17,5% en *target* comercial, el mejor de su franja. El pasado jueves 13 de abril emitió su final con un 21,3% de cuota de pantalla, su mejor dato de la temporada.
- **‘Supervivientes’** (24,4% y 2.786.000), líder indiscutible de su horario, se distancia más de 14 puntos y 1,5 millones de espectadores sobre Antena 3 (10,3% y 1.175.000). Alcanza el mejor *target* comercial de su franja con un 23,2% de *share*.
- **‘Supervivientes: Tierra de nadie’**. Líder de su banda (19,4% y 2.743.000) donde casi triplica a Antena 3 (6,9%). Primera opción en todos los *targets* salvo 35-54 años (con 22,8% en 25-34 años y 23,0% en +64 años).
- **‘Supervivientes. Conexión Honduras’** (16% y 2.051.000) supera en su franja a su principal competidor (10,4% y 1.336.000), logrando también el mejor *target* comercial de su horario (13,8%). Es la opción favorita entre los menores de 35 años (15,4%).
- **‘La Voz Kids’** (22,3% y 2.903.000) se impone como primera opción de su franja, con una cuota del 26,9% entre niños de 4 a 12 años y un 27,8% entre los jóvenes de 13 a 24 años. Logra el mejor *target* comercial de su horario con un 21,6% de *share*.
- **‘Sábado Deluxe’** (14,2% y 1.562.000) es la emisión más vista de su horario, estableciendo una distancia de 2,1 puntos sobre la segunda opción (12,1% y 1.333.000).

- En ficción, **‘Sé quién eres’** (14,5% y 2.189.000) anota un 14,6% de *share* en *target* comercial.

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** (18% y 516.000) es de nuevo el magazine líder de la mañana con la victoria de su franja. Se impone en 2,4 puntos sobre ‘Espejo Público’ (15,6% y 430.000). También anota el mejor *target* comercial de su horario (17,3%).
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** (11,3% y 691.000) logra el mejor *target* comercial de su franja, con un destacado 15,6%, 6,4 puntos más que Antena 3 (9,2%). Crece más de 10 puntos entre los jóvenes de 13 a 24 años (24,4%), convirtiéndose en el espacio más seguido de su horario en ese grupo.
- **‘Cámbiame’** (12,2% y 1.300.000), primera opción entre las televisiones comerciales, a casi 2 puntos de distancia de su principal competidor (10,3% y 1.098.000). Con un 13,4% en *target* comercial, supera al resto de las televisiones en este parámetro.
- **‘Sálvame diario’** mantiene la victoria en su horario de emisión con la suma de sus ediciones ‘Limón’ y ‘Naranja’ (17,3% y 1.718.000), a 4,6 puntos de Antena 3 (12,7% y 1.261.000). Marca el mejor *target* comercial de su horario (15,8%).
- **‘Pasapalabra’** (L-V) (16,7% y 1.830.000) se mantiene imbatible en su banda horaria y suma 3,7 puntos más que su principal competidor (13% y 1.431.000). En el fin de semana anota un 12% de *share* y 1.355.000 espectadores.

CUATRO (6%), TERCERA CADENA PRIVADA EN TARGET COMERCIAL (7,1%) POR QUINTO MES CONSECUTIVO

- Se consolida como la **tercera cadena comercial en menores de 55 años**, donde promedia un 7% de *share* frente al 5,8% de La Sexta y la supera en todas las franjas: jóvenes de 13 a 24 años (7,1% vs. 4,3%), espectadores de 25 a 34 años (7,4% vs. 5,6%) y adultos de 35 a 54 años (7,4% vs. 6,7%). En *target* comercial supera a su inmediato competidor en 0,4 puntos (6,7%).
- Suma casi 7 años, **83 meses consecutivos, como referente en jóvenes de 13 a 34 años** (7,3%) donde aventaja a su directo competidor en 2,2 puntos (5,1%).
- En su *core target* (16-54 años) Cuatro supera a La Sexta en todas las grandes franjas: total día (7,3% vs. 6,3%), *prime time* (8% vs. 6,6%), *day time* (7% vs. 6,2%) y *late night* (8,9% vs. 6,1%).
- Respecto a abril de 2016, **Cuatro es la cadena que más crece en *prime time***, 0,1 puntos hasta un 5,9%, frente a la caída de su competidor directo en esta franja, que pierde 1,6 puntos respecto al año pasado.

- Entre Cuatro y La Sexta, la cadena de Mediaset España es la opción preferida cuatro de siete noches de la semana (22:30h-00:30h): los lunes (8,1% vs. 6,6%), los miércoles (10,4% vs. 7,1%), los jueves (5,9% vs. 5,5%) y los domingos (6,4% vs. 5,5%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **‘Las Mañanas de Cuatro’** anota un 10,4% de *share* y 617.000 espectadores. El previo **‘Las Mañanas de Cuatro: primera hora’**, obtiene un 6,8% de cuota y 222.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro I de lunes a viernes con Carme Chaparro** crece en *share* (+0,1) y marca un 10,8% y 1.041.000 espectadores, superando en su franja un mes más a Antena 3 (8,6% y 830.000).
- **Noticias Cuatro I Fin de Semana** también crece (+0,5) hasta el 9,4% y los 753.000 espectadores. **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana** crece 0,3 puntos hasta el 5,3% de *share* y los 572.0000 espectadores.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** revalida su liderazgo indiscutible dentro de la información deportiva aumentando su cuota hasta un 7,6% de *share* (+0,3 puntos) y 911.000 espectadores. Crece 1,7 puntos, hasta el 9,3% en *target* comercial y se impone en 3,4 puntos a la oferta de La Sexta (4,2% y 504.000).

ESPACIOS DE SOBREMESA, PRIME TIME y LATE NIGHT

- **‘Dani y Flo’** (3,3% y 398.000) anota un 5,4% en menores de 34 años. En espectadores de 13 a 24 años, anota un 6,3%, frente al 5,4% de La Sexta.
- **‘Gym Tony’** también se impone a su directo competidor en jóvenes 13-24, donde anota un 5,9% frente a un 4,8% de La Sexta.
- **‘First Dates’ (L-V)** anota un 7,6% de *share* y 1.295.000 espectadores. De lunes a jueves, en competencia con los formatos de entretenimiento de sus competidores, alcanza un 7,8% de *share* y 1.370.000 espectadores. En *target* comercial supera a La Sexta en 0,9 puntos (10,2% vs. 9,3%). El *dating* alcanza sus mejores registros entre los jóvenes de 13 a 24 años (9,9%), los espectadores de 25 a 34 años (11,2%) y los de 35 a 54 años (10,5%), grupos entre los que también supera a su competidor (5,3%, 7,0% y 8,9%, respectivamente). **‘Menú especial’**, la edición de los sábados, supera a La Sexta en *target* comercial (6,9% vs. 5,9%).



- **‘Los Gipsy Kings’**, programa más visto de Cuatro, continúa su crecimiento consolidado como segunda opción de su franja, tras Telecinco, con el 11,9% de *share* y 1.718.000 espectadores (+0,5 puntos frente a marzo). Supera a La Sexta en más de 4 puntos (7,5% y 1.078.000 espectadores) y a Antena 3 (11,1% y 1.602.000). Líder en *target* comercial de su franja, con el 14,5%, a 6,2 puntos de La Sexta (8,3%) y 0,9 de Antena 3 (13,6%), es también líder indiscutible con un 24,7% en jóvenes de 13 a 24 años y un 21,8% en espectadores de 25 a 34 años.
- **‘En el punto de mira’**, con un 6,6% y 955.000 espectadores, supera en franja a La Sexta (6,2% 907.000) y se impone en *target* comercial (8,1% vs. 7,4%). Se impone también a su competidor entre los espectadores de 25 a 34 años (8,7% vs. 8,4%) y 35 a 54 años (8,4% vs. 7,6%).
- **‘El Xef’** (7,2% y 1.265.000) crece hasta el 10,7% en *target* comercial, líder de su franja. El *docu-xow* también es líder en su horario entre los menores de 35 años, con su mejor registro entre los espectadores de 25 a 34 años, donde alcanza un 14,9% de *share*.
- **‘Planeta Calleja’** regresa en su cuarta temporada con un 7,2% de *share* y 1.193.000 espectadores. Obtiene una ventaja de 1 punto sobre La Sexta (6,2% y 1.022.000) a la que supera en varios *targets* sociodemográficos, destacando con un 9,1% en *target* comercial, frente al 6% de su competidor, 8,3% entre adultos de 25 a 34 años y 9,4% entre espectadores de 35 a 54 años.
- **‘Cuarto Milenio’** revalida su hegemonía en la noche de los domingos, con un 7,1% de *share* y 803.000 1,9 puntos por delante del 5,2% obtenido por La Sexta. La cifra aumenta hasta el 9,2% en *target* comercial (frente al 5,4% de su competidor directo), y el 9,5% entre espectadores de 35 a 54 años.

PRODUCCION AJENA Y CINE

- **‘Mentes Criminales’**, con 5,6% de *share* y 956.000 espectadores, supera a La Sexta en su franja en *target* comercial con un 7%, así como entre el público joven de 13 a 24 años (6,4% vs 4,7%) y adultos de 35 a 54 años (7,3% vs 7,1%).
- **‘El Blockbuster’ de los lunes** crece 1,8 puntos hasta el 9% de *share* y los 1.211.000 espectadores, incrementando sus cifras en *target* comercial hasta el 11,5%, donde supera a La Sexta, así como en el resto de *targets*, destacando el 14,2% en jóvenes 13-24 años.
- **‘Home Cinema’** mantiene un mes más su clara hegemonía sobre La Sexta: la primera entrega obtiene un 7% y 813.000 espectadores frente al 5,6% y 645.000 de su competidor; la segunda entrega anota un 6,3% y 654.000 frente al 4% y 412.000 de La Sexta.



CANALES TEMÁTICOS

- **Factoría de Ficción** (3%), **líder de las televisiones temáticas**, es el tercer canal más visto por los jóvenes de 13 a 24 años (8%), tan solo superado por Telecinco y Antena 3. Acumula 61 meses consecutivos como líder temático con una ventaja de 6 décimas sobre Neox (2,4%). Lidera el *target* comercial superando a su principal rival (3,7% vs. 3,4%). La serie **‘La que se avecina’** (4% y 665.000) ha sido su emisión más vista.
- **Divinity** (2,4%), **segunda televisión temática más vista y temático femenino líder**, suma 1 décima respecto al mes anterior. Es también la temática femenina líder en *target* comercial (3,1%), aventajando en 0,9 puntos a Nova (2,2%), *target* en el que supera a su competidor por 35º mes consecutivo.
- Eleva su media hasta el 3,9% en mujeres de 16 a 44 años, su mejor registro desde junio de 2015. **‘Más Cazamariposas’** corona el ranking de emisiones más vistas del mes con un 3,1% de *share* y 575.000 espectadores.
- **Energy** (2,1%) anota su mejor marca en un mes de abril y crece 1 décima respecto al pasado marzo. También logra su mejor abril en *target* comercial (2,4% de *share*) y en hombres de 25 a 54 años (2,1%). La emisión más seguida fue **‘C.S.I.’** (3,4% y 615.000).
- **Boing** (1,5%) suma 3 décimas respecto a marzo, superando a Disney Channel (1,1%). Es el **canal infantil líder de la televisión comercial** con un 12,6% en niños, imponiéndose por 28º mes consecutivo a su principal competidor (9,6%). La película de animación **‘Hop’** (2,6% y 408.000) fue la emisión más vista en abril.
- **Be Mad** eleva sus registros en total individuos (0,5%) y en *target* comercial (0,7%). En su público de referencia, hombres de 16 a 44 años, iguala su mejor marca del año (0,9%), superando a los nuevos canales, Real Madrid y Ten. Con un 1,2% de *share* y 182.000 espectadores, el *docu-factual* **‘Los Gipsy Kings’** ha sido el espacio con mayor audiencia.

MEDIASET ESPAÑA (28,9%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO POR 36º MES CONSECUTIVO

- Lidera el *target* comercial (30,5%) con una ventaja de 2,2 puntos sobre Atresmedia (28,3%).
- Grupo preferido en **prime time** con un 28,1% (frente al 27,4% Atresmedia) y en *day time* con el 29,3%, 3,6 puntos sobre su principal rival (25,7%).
- Es el grupo que más público joven atrae: un 35,4% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 32,7% en los espectadores de 25 a 34 años.
- Los canales temáticos de Mediaset España acumulan un 9,4% de *share*, sumando 5 décimas respecto al pasado marzo (8,9%) y superando en casi 2 puntos a Atresmedia (7,5%).

GABINETE DE PRENSA
MEDIASETespaña.



@mediasetcom

/mediasetesp

@mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom