

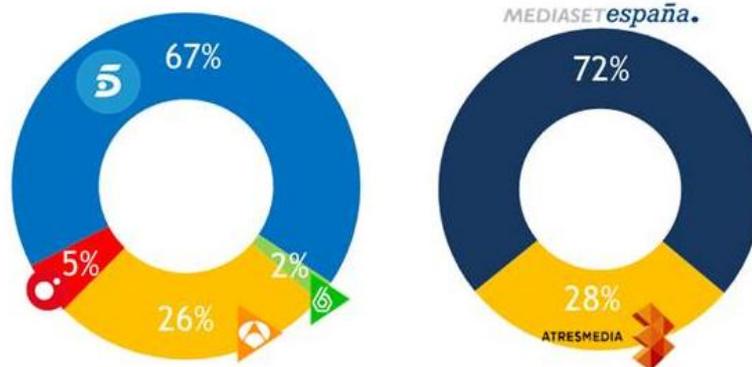
Madrid, 2 de enero de 2016

BALANCE 2015

Los canales de Mediaset España, soporte de los spots más vistos de 2015, con Telecinco como la televisión líder del ranking de campañas con mayor audiencia

La publicidad emitida por Mediaset España ha vuelto a situarse este año como la más vista por los espectadores con un 72% de los spots con mayor audiencia. En las televisiones generalistas, Telecinco ha ofrecido los 10 primeros spots, con 67 campañas entre las 100 más vistas frente a 26 de su inmediato competidor, concentradas principalmente en los eventos deportivos Eurobasket 2015 y el Mundial de Motociclismo.

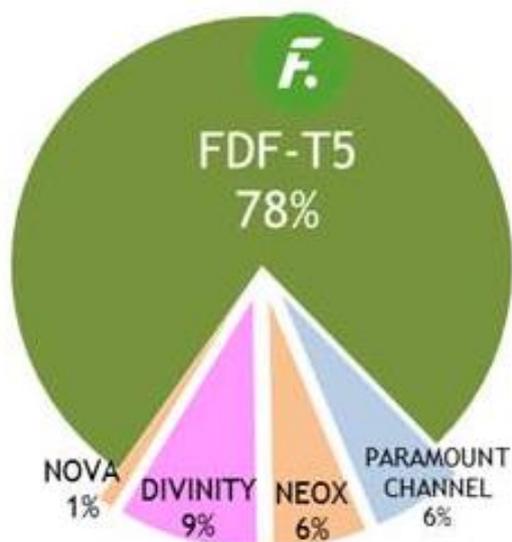
% de los 100 spots más vistos del año por cadenas



Los 10 spots más vistos del año

Del 1 de enero al 28 de diciembre de 2015

	CAMPAÑA	Cadena	Fecha	Inicio	Dur.	Título emisión	Rat%
1	MC DONALD'S/GRAND BIG MAC BACON	T5	20/09/2015	20:39:12	0000:20	BALONCESTO:EUROBASKET	18,9
2	SAMSUNG/GALAXY S6 EDGE PLUS/TELEFONO MOVIL	T5	20/09/2015	20:44:16	0000:20	POST BALONCESTO:EUROBASKET	18,9
3	SAMSUNG/GALAXY S6 EDGE PLUS/TELEFONO MOVIL	T5	20/09/2015	20:17:59	0000:20	BALONCESTO:EUROBASKET	17,8
4	CEPSA	T5	20/09/2015	20:46:56	0000:30	POST BALONCESTO:EUROBASKET	17,4
5	FIAT/500	T5	20/09/2015	20:46:36	0000:20	POST BALONCESTO:EUROBASKET	17,4
6	VODAFONE/ONE TV	T5	20/09/2015	20:23:52	0000:20	BALONCESTO:EUROBASKET	16,8
7	TOYOTA/YARIS HIBRIDO	T5	20/09/2015	20:26:57	0000:20	BALONCESTO:EUROBASKET	16,7
8	VOLKSWAGEN/PASSAT	T5	08/11/2015	14:49:57	0000:25	POST MOTOCICLISMO:MUNDIAL:MOTOGP	16,6
9	ENDESA	T5	20/09/2015	20:21:21	0000:05	BALONCESTO:EUROBASKET	16,3
10	JOBANDTALENT/APLICACION	T5	20/09/2015	20:24:31	0000:04	BALONCESTO:EUROBASKET	16,3



Respecto a las cadenas temáticas, casi **8 de los 10 spots más vistos en 2015 se han emitido en Factoría de Ficción** -anota 78 spots entre los 10 más vistos, fundamentalmente en los bloques publicitarios de “La que se avecina” y su variada oferta de cine-. Le sigue **Divinity, que con un 9% de los spots**, contribuye a que los temáticos de Mediaset España hayan emitido en conjunto el **87% de las campañas más vistas del año**, poniendo de manifiesto la eficacia de su oferta de contenidos segmentada por diferentes perfiles de público.

Además, según los resultados del último estudio elaborado por CIMEC en junio de 2015, **Mediaset España se ha erigido como el conjunto de canales con mayor eficacia y notoriedad publicitaria** respecto a su inmediato competidor, un diferencial sustentado en su política de bloques cortos en el horario de máxima audiencia, con **la emisión del 100% de las pausas publicitarias con una duración inferior a los 6 minutos** frente a sólo el 42% de Atresmedia. Según el citado estudio de CIMEC, la duración de los bloques publicitarios afecta al recuerdo de las campañas de televisión en *prime time*. Así, los bloques con una duración de hasta 6 minutos **se recuerdan un 47% más que los bloques de más de 6 minutos**. La longitud del bloque es la variable de gestión publicitaria que más afecta a la notoriedad de la publicidad por encima de otras como el posicionamiento, la duración o la tipología.

Telecinco hace de nuevo historia: lidera los 12 meses del año con su mejor dato desde 2009 en total día, un destacado dominio del *prime time* y un liderazgo en *target comercial* al alza

Telecinco (14,8%) es la cadena más vista con su mejor dato de los últimos 6 años frente al descenso de Antena 3 (13,4%). Es líder del *target comercial* (14,4%), tras crecer 4 décimas sobre el año pasado, segmento donde Antena 3 cae hasta el 13,8%. En *prime time* (15,2%) se distancia 1,7 puntos sobre Antena 3 (13,5%). **Cuatro** (7,2%) es el canal que más ha crecido con su mejor dato desde 2009 (+0,5 puntos sobre 2014). En horario estelar (6,4%) sube 3 décimas este año. Por su parte, **Factoría de Ficción** lidera la televisión temática e iguala su récord histórico (3,5%) y su dato más alto en jóvenes 13-24 años (9,3%). Como grupo, Mediaset España es líder de audiencia con un 31% de *share*, 3 décimas más que en 2014. Es además el grupo de televisión con mejor *target comercial* (33,1%) y el único que mejora en dicho segmento (+2 décimas) sobre el año pasado.

Telecinco.es es el site líder de las televisiones con una media de 9,8 millones de usuarios únicos mensuales y más de 950 millones de vídeos servidos hasta noviembre según comScore, mientras que **Cuatro.com** ha obtenido un promedio de 4 millones de usuarios únicos mensuales con un acumulado de más de 72 millones de vídeos en 2014. **Divinity.es** ha alcanzado una media de 1,5 millones de usuarios únicos mensuales, mientras que **Mitele.es** ha superado los 2,6 millones de usuarios únicos con un total de 413 vídeos servidos. En su conjunto, las webs de la compañía se imponen entre los grupos de televisión con una media mensual de 11,1 millones de usuarios y un promedio mensual de 95 millones de vídeos vistos, según los últimos datos de comScore entre enero y noviembre.

En *apps*, las distintas marcas de Mediaset acumulan más de 11 millones de descargas en *smartphones* y tabletas, con las *app* de Mitele (4,5 millones), “La Voz” (1,6 millones), “Gran Hermano” (2,6 millones), Mediaset Sport (0,5 millones) y “Moto GP” (0,4 millones) como las más descargadas.

Mediaset España ha vuelto a cerrar el año como el grupo de canales líder de audiencia en televisión e internet, anotando sus mejores registros históricos tanto en el consumo tradicional a través del televisor como en tráfico web, situando sus contenidos como los más seguidos, comentados y compartidos.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



 @mediasetcom

 /mediasetesp

www.mediaset.es/mediasetcom