

MEDIASET *españa.*



Madrid, 1 de febrero 2018

AUDIENCIAS ENERO

MEDIASET ESPAÑA (27,3%), GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER DEL MES

Telecinco (12,4%), televisión más vista de enero, suma 1 año de liderazgo ininterrumpido

La cadena, que crece 3 décimas respecto a diciembre, es la primera opción en *prime time* (12,7%), la mañana (12,4%), la tarde (14,3%) y el *late night* (12,0%)

Es la favorita entre espectadores de 25 a 34 años (11,2%) por 36° mes consecutivo

- Es la opción preferida en Asturias (19,4%), Euskadi (14,6%), Madrid (14,0%), Canarias (13,4%) y Galicia (12,1%).
- Sitúa 11 emisiones entre las más vistas del mes entre las cadenas comerciales, situándose en dos de los tres primeros puestos los partidos de cuartos de final de la Copa del Rey: Leganés vs. Real Madrid (19,2% y 3.676.000) y F.C. Barcelona vs. Espanyol (18,6% y 3.628.000).

INFORMATIVOS TELECINCO (14,4% Y 2.218.000), MEJOR SHARE DE LA TEMPORADA Y RÉCORD DE ESPECTADORES DESDE MARZO DE 2016

- En sus principales ediciones de lunes a domingo, Informativos Telecinco se impone en 0,8 puntos a Antena 3 Noticias (13,6% y 2.072.000).
- Presentado por Pedro Piqueras, Informativos Telecinco 21:00h de lunes a viernes es nuevamente el más visto del mes con un 16,5% de *share*, su mejor cuota de temporada, y 2.831.000 espectadores, su máximo desde enero de 2017. Supera en

4,6 puntos a Antena 3 Noticias 2 (11,9% y 2.022.000), que se sitúa en tercera posición después de Telediario 2 (13,6% y 2.421.000).

- La edición de noche de lunes a domingo (15,5% y 2.662.000) también lidera de forma absoluta entre todas las cadenas, imponiéndose a su competidor en 3,5 puntos (12,0% y 2.049.000), de nuevo superado por TVEI (13,5% y 2.405.000).
- De lunes a viernes, las ediciones de sobremesa y noche anotan sus mejores datos de la temporada con una media de 15,3% de *share* y 2.343.000 espectadores, imponiéndose en 1,5 puntos a Antena 3 (13,8% y 2.086.000), en tercera posición después de TVEI (14,7% y 2.311.000).
- Informativos 15:00h Fin de semana anota un 11,5% de cuota y 1.581.000 espectadores, su mejor registro en espectadores desde septiembre de 2015.
- La edición de *prime time* de sábados y domingos marca un 13,1%, su mejor cuota de la temporada, y congrega a 2.261.000 espectadores, su dato más alto desde febrero de 2016.
- La media de Informativos Telecinco Fin de semana promedia un 12,4% de *share*, mejor dato de temporada, y 1.926.000 espectadores, su máximo desde febrero de 2015.

ESPACIOS DE PRIME TIME

- **‘El accidente’** (15,3% y 2.457.000) lidera su franja a 3,5 puntos de ventaja sobre Antena 3 (11,8% y 1.897.000). Se impone también en *target* comercial (15,5% vs. 13,1% de Antena 3) y en espectadores menores de 65 años (15,4%), con un destacado 17,6% en público de 25 a 34 años. Es la más vista del año entre las televisiones comerciales.
- **‘Got Talent’** (16,8% y 2.272.000), primera opción entre todas las cadenas, a 3,1 puntos de su competidor (13,7% y 1.848.000). Lidera entre todos los *targets* sociodemográficos excepto en espectadores de 55 a 64 años.
- **‘Mi casa es la tuya’** (12,4% y 1.966.000), primera opción de su franja entre las televisiones comerciales, con su mes más visto desde septiembre de 2017.
- **‘Sábado Deluxe’** (14,9% y 1.907.000), líder de su banda horaria, anota récord en número de espectadores de los últimos 11 meses y es la primera opción en *target* comercial (12,4%). Supera en casi 5 puntos a Antena 3 (10,2% y 1.301.000).
- **‘Amores que duelen’** (11,4% y 1.037.000) cierra su cuarta temporada como la mejor de su historia con una media del 13% de *share* y 1.140.000 espectadores.

ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’** anota un 17,7 % de *share* y 616.000 espectadores, su mejor cuota de los últimos tres meses y es el mes más visto desde marzo 2015.

Aventaja en 2,7 puntos a 'Espejo Público' (15% y 497.000) y crece hasta el 18,4% de cuota en *target* comercial.

- **'Mujeres y hombres y viceversa'** (10,5% y 789.000) anota su mes más visto desde octubre de 2016, lidera en *target* comercial (13,4%) y entre los jóvenes de 13-24 años (19,8%) y los espectadores de 25-34 años (17,5%).
- **'Cámbiame'** (10% y 1.147.000) alcanza su mes más visto desde septiembre y lidera entre jóvenes de 13 a 24 años (13%).
- **'Sálvame diario'** mantiene la victoria en su horario de emisión con la suma de sus ediciones 'Limón' y 'Naranja' (15,5% y 1.819.000) y marca su mes más visto desde marzo de 2017. Supera en su franja en 2,8 puntos a su competidor (12,7% y 1.488.000).
- **'Pasapalabra'** (15,7% y 2.271.000) alcanza su mejor mes desde marzo de 2017 y se mantiene imbatible en su banda horaria a 2,4 puntos de Antena 3 (13,3% y 1.925.000).
- **'Socialite by Cazamariposas'** (8,9% y 933.000) continúa su crecimiento alcanzando máximo en cuota y en número de espectadores.
- **'Viva la vida'** logra un 11,1% de *share* y bate su récord histórico de espectadores con 1.619.000.

Cuatro (5,9%), líder sobre La Sexta en *prime time* (6,5% vs 6,4%) y *target* comercial (7,3% vs 6,7%)

- Se sitúa como la **tercera cadena privada de ámbito nacional en *target* comercial (7,3%) por segundo mes consecutivo**, siendo de nuevo la televisión con mejor conversión de su cifra total de espectadores (5,9%) a dicho *target* (+1,4 puntos).
- Cuatro se impone a La Sexta en *prime time* (6,5% vs 6,4%), en la mañana (6,4% vs 6,3%) y en *late night* (6,9% vs 6,0%).
- En el *target core* de la cadena (espectadores de 16 a 54 años), Cuatro lidera frente a La Sexta todas las franjas excepto la tarde, con datos en total día (7,5% vs 6,4%), *prime time* (8,8% vs 6,3%), *daytime* (6,8% vs 6,4%) y *late night* (8,4% vs 6,0%).
- Cuatro **mantiene su liderazgo habitual sobre La Sexta en público menor de 55 años (7,2% vs 5,9%)**. En jóvenes de 13 a 24 años anota 3,3 puntos de distancia (7,6% vs 4,3%), entre espectadores de 25 a 34 años su diferencia se sitúa en 2 puntos (7,6% vs 5,6%) y en adultos de 35 a 54 años se impone por 7,4% frente al 6,8% del canal del grupo competidor.

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **Noticias Cuatro I** con Carme Chaparro anota una media de 10% y 1.058.000 espectadores, mejora en 0,4 décimas y 167.000 espectadores con respecto al mes anterior. Por su parte, **Noticias Cuatro 2**, con Miguel Ángel Oliver, firma una media del 3,9% y 502.000 seguidores.
- **La edición de Noticias Cuatro Fin de semana** con Marta Reyero y Roberto Arce marca récord de *share* de temporada con un 10,8% y máximo de espectadores desde febrero 2014 con 1.090.000 seguidores en su edición de mañana; y 6% y 926.000 espectadores (máximo en espectadores desde enero de 2017) en su edición de tarde.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** (6,3% y 841.000) supera un mes más a La Sexta (4,3% y 565.000). Aumenta hasta el 7,9% en *target* comercial y crece hasta el 10,0% en jóvenes de 13 a 24 años.
- **'Las Mañanas de Cuatro'** (9,7% y 620.000) continúa recortando distancias un mes más y marca la menor diferencia de los últimos cuatro meses.

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN PROPIA

- **'Ven a cenar conmigo'** vuelve a crecer un mes más y anota su récord mensual de espectadores con un 901.000. En enero alcanza su emisión más vista con 1.213.000 espectadores y se sitúa por encima de La Sexta en total individuos (5,7% vs 5,6%), *target* comercial (8,4% vs 6,6%) y menores de 55 años, con especial relevancia en público de 25 a 34 años, promediando un 10,0% frente al 5,2% del segundo canal de Atresmedia.
- **'Mujeres y hombres y viceversa'** llega a Cuatro con una media del 4,2% y 533.000 espectadores. Supera a La Sexta en público de 13 a 24 años en casi 6 puntos (12,0% vs 6,4%)
- **'First Dates' (L-J)** anota récord de temporada con un 1.491.000 y 7,8%. Supera en *target* comercial a La Sexta (10% vs 8,1%) y en menores de 55 años, destacando en público de 25 a 34 años (11,1% vs 6,9%) y espectadores de 35 a 54 años (10% vs 7,6%).
- **'En el punto de mira'** anota un 6,4% y 997.000, creciendo hasta el 7,6% en *target* comercial y superando a La Sexta en menores de 34 años (6,9% vs 6,4%).
- **'Granjero busca esposa'** cierra su quinta temporada con un 6,7% de cuota y 909.000 espectadores, creciendo al 7,8% en *target* comercial. Se impone a La Sexta en menores de 35 años (destaca en 25-34 años: 11,9% vs 7,4%).
- **'Samanta y...'** cierra temporada con un 8,2% y 1.333.000 espectadores, liderando sobre su directo competidor en la práctica totalidad de franjas de edad. En *target* comercial anota un 10,8%. Destaca su resultado en espectadores de 25 a 34 años, con un 15,8% de *share*.

- **‘Los reyes del barrio’** debutan con un 6,8% y 1.013.000 espectadores y un 8,9% en *target* comercial. Obtienen su mejor resultado en público de 13 a 24 años, con un 13,7%
- **‘Chester’** se impone a La Sexta en total individuos (7,5% y 1.481.000 frente al 7,1% y 1.393.000) y en *target* comercial (8,8% vs. 6,4%). Su mejor público está en espectadores de 25 a 34 años (9,7%) y en jóvenes de 13 a 24 años (9,5%)
- **‘Cuarto Milenio’** revalida su liderazgo dominical incrementando aún más la distancia frente a su competidor (7,8% y 1.026.000 vs. 5,6% y 736.000). Crece 1,8 puntos hasta el 9,6% en *target* comercial y duplica a su rival en espectadores de 25 a 34 años (9,6% vs 5,4%) y de 35 a 54 años (9,8% vs 5,1%).
- Los reportajes especiales **‘La América de Trump’** y **‘Pasaporte Pampliega’** consiguen un 5,8% y 939.000 espectadores y 5,3% y 856.000 espectadores, respectivamente.

CINE Y FICCIÓN INTERNACIONAL

- **‘Mentes criminales’** estrena su duodécima temporada siendo líder sobre La Sexta (6,1% y 927.000 vs. 5,3% y 793.000). Crece 3,1 puntos hasta el 9,2% en *target* comercial, frente al 6,4% de su competidor.
- **‘El Blockbuster’** anota un 6,6% y 1.126.000 espectadores, creciendo hasta el 8,6% en *target* comercial.
- La oferta cinematográfica de los viernes en *prime time*, **‘Cine Cuatro’** consigue un 7,0% y 1.115.000 espectadores, superando a La Sexta (6,5% y 1.030.000 espectadores). También está por delante en *target* comercial (9,3% vs. 7,8%)
- **‘Home Cinema 1’** (6,8% y 981.000 espectadores) se impone a La Sexta (5,2% y 748.000 espectadores) y en *target* comercial (8,7% vs. 6,3%), con sus mejores datos en espectadores de 13-24 años (9,2% vs. 5,3%) y público de 35 a 54 años (9,1% vs. 6,9%).
- **‘Home cinema 2’** anota un 5,7% y 818.000 espectadores frente al 3,7% y 529.000 de La Sexta. También supera a La Sexta en *target* comercial (7,6% vs. 4,2%) y su mejor dato lo consigue en público de 35-54 años (8,0% vs 4,7%).

Los canales temáticos de Mediaset España suman un 9% de *share*, aventajando en 1,3 puntos a los de Atresmedia (7,7%)

- **Factoría de Ficción** (3,2%), líder temático de la televisión, acumula 70 meses de liderazgo consecutivo y es el tercer canal más visto por los jóvenes de 13 a 24 años (9,2%), *target* en el que supera en casi 4 puntos a Neox (5,3%). Se impone a su principal

competidor en total individuos (2,5%) y en *target* comercial (4,1% vs. 3,5%). La serie 'La que se avecina' (4% y 729.000 espectadores) se ha alzado como la emisión más vista del canal durante el mes.

- **Divinity** (2,2%) supera a Nova en *target* comercial (2,7% vs. 2,2%) y en mujeres de 16 a 44 años (3,2% vs. 2,9%), marcando una ventaja de 5 y 3 décimas, respectivamente. El largometraje 'Cenicienta' (3,3% y 583.000), ofrecido en el *slot* cinematográfico 'Sofá, Cine y Divinity', ha coronado el ránking de emisiones del canal en enero.
- **Energy** (1,8%) se impone a Mega (1,6%) por 5º mes consecutivo e incrementa su media nacional en el *target* comercial hasta el 2% de *share*. La ficción de investigación forense 'C.S.I. Nueva York' (2,7% y 493.000) ha sido la emisión más seguida.
- **Boing** (1,2%) es el **canal infantil líder de la televisión comercial** con un 10,2% de *share* en niños de 4 a 12 años, 0,4 puntos por delante de Disney Channel (9,8%), canal al que supera por 37º mes consecutivo. La emisión más vista del mes ha sido la película de animación de Telecinco Cinema 'Las aventuras de Tadeo Jones' (2,7% y 526.000 espectadores).
- **Be Mad** (0,6%) incrementa su registro en 1 décima respecto a enero de 2017 y supera en total individuos a los canales Ten (0,3%) y Real Madrid HD (0,2%). Eleva además su media nacional en el *target* comercial (0,9%) y en su *core target*, hombres de 16 a 44 años (1%). El concurso 'Ven a cenar conmigo' (1,7% y 209.000) ha sido el espacio con mayor audiencia del canal durante el mes.

MEDIASET ESPAÑA (27,3%), GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER DE ENERO

- Supera en 0,8 puntos a Atresmedia (26,5%), a quien también gana en *target* comercial (29,4% vs. 28,0%).
- Se impone también a su competidor en *prime time* (27,5% vs. 26,1%) y en *day time* (27,2% vs. 26,7%).
- Es el grupo audiovisual que más público joven atrae: un 33,6% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 30,6% en los espectadores de 25 a 34 años.