

Madrid, 12 de septiembre de 2019

‘GH VIP 7’ se estrena con el arranque de temporada más visto de los últimos tres años

**Con 2.529.000 espectadores y un 24,6% de *share*, el concurso lideró de forma absoluta y triplicó la oferta de Antena 3 en su franja (6,7%)**

**Telecinco coronó el ranking de los espacios más vistos con ‘GH VIP Express’ (2.932.000 y 18,1%), ‘GH VIP’ e Informativos Telecinco 21 horas (18,3% y 2.519.000), que anotó su mejor dato de los últimos tres meses**

**‘GH VIP’** ha vuelto a confirmar el gran éxito del formato. Una media de **2.529.000 espectadores y un 24,6% de *share*** siguió la entrada de los nuevos concursantes a la casa en su séptima edición, situándose como el **espacio más visto del miércoles** y liderando su franja sin competencia, con su mejor dato desde el arranque de ‘GH VIP 4’.

El concurso presentado por Jorge Javier Vázquez registró **el *target* comercial más alto** de todas las televisiones, un **24,8% de *share.*** Lideró todos *targets* sociodemográficos, anotando sus mejores registros entre los espectadores de 25 a 34 años (36,2%). Se impuso a su inmediato rival en todos los mercados regionales, superando su media nacional en Valencia (36,8%), Asturias (33,6%), Canarias (31,2%), Murcia (30,6%), Madrid (27,5%), Castilla-La Mancha (26,1%), Andalucía (25,5%) y en denominado ‘Resto’ (25,3%).

Emitió el **minuto de oro**, a las 23:21 horas, con 3.633.000 espectadores y un 24,5% de *share*, y el ***spot* más visto del día** (Dacia) a las 22:43h con un 7,8% de *rating* publicitario.

El espacio previo a la gala **‘GH VIP: Express’ (18,1% y 2.932.000)** fue la emisión más vista del día, 4,4 puntos más que la oferta de Antena 3 (13,7%), al igual que el espacio posterior, **‘GH VIP: la casa en directo’ (23,8% y 692.000)**, que se impuso de forma absoluta frente a los datos de un solo dígito del resto de ofertas.

**Informativos Telecinco 21:00h** **(18,3% y 2.519.000)** fue la oferta informativa líder de la jornada, con una ventaja de 4 puntos sobre Antena 3 Noticias 2 (14,3% y 1.912.000).

De igual forma, **‘El programa de Ana Rosa’** **(17,7% y 664.000)** aventajó en 6 puntos a ‘Espejo Público’ (11,7% y 437.000). **‘Sálvame Limón’** **(12,5% y 1.501.000) y ‘Sálvame Naranja’ (15,3% y 1.465.000**) fueron la primera opción para los espectadores frente a su inmediato competidor (9,9% y 1.191.000 – 12,4% y 1.192.000), al igual que **‘Pasapalabra’** **(17,4% y 1.858.000)**, con más de 4 puntos sobre la oferta de Antena 3 en su banda (13% y 1.386.000).

**Telecinco** (16,9%), cadena más vista del día, se impuso en las franjas de *daytime* (16,2%), mañana (16,4%), tarde (15,3%), *prime time* (18,5%) y *late night* (26,8%). En *target* comercial también fue líder en total día (16,4%), *daytime* (15,9%) y *prime time* (17,5%).

En **Cuatro**, el partido del **Mundial de Baloncesto entre Estados Unidos y Francia (10% y 809.000)** anotó el mejor dato de un encuentro no jugado por el equipo español de este Mundial 2019. Creció hasta el 13,7% en *target* comercial, liderando entre los espectadores jóvenes de 13 a 24 años (18,7%).