

Madrid, 1 de octubre de 2020

## AUDIENCIAS SEPTIEMBRE

# Telecinco arranca líder la temporada y Cuatro vence en *prime time* a La Sexta

Telecinco acumula 25 victorias mensuales consecutivas con un 14%. Supera en 1,3 puntos de Antena 3. También se erige como líder del *target comercial* con idéntica cuota, ampliando su distancia a 1,9 puntos sobre su rival. Es de nuevo la referencia en *day time* con un 14,5%, frente al 12,1% de Antena 3.

Cuatro se impone en *prime time* por tercer mes consecutivo a La Sexta con un 5,8%, su mejor septiembre desde 2007, abriendo sobre ésta una distancia de 0,6 puntos en *target comercial*, donde crece hasta el 6,9% de *share*.

En su conjunto, Mediaset España suma ya 20 meses ininterrumpidos de liderazgo y su grupo de temáticos suman ya 77 meses consecutivos como los más vistos.

Telecinco ha cerrado septiembre como la **televisión más vista** del arranque de nuevo curso televisivo. Lo hace **por 25º mes consecutivo**, con un 14% de *share*, a 1,3 puntos de la segunda opción, Antena 3, y como líder del público más demandado por los anunciantes con idéntica cifra de 14%, ampliando su distancia hasta los 1,9 puntos sobre Antena 3 en este parámetro. En *prime time*, crece 1,6 puntos sobre agosto, hasta un 13%.

Un mes más, la fortaleza de Telecinco y la creciente evolución al alza de Cuatro y especialmente de su horario estelar, de nuevo por delante de La Sexta en *prime time* con un 5,8% de *share*, así como la hegemonía de su oferta temática, ha vuelto a posicionar a Mediaset España como el grupo de televisión más seguido por los espectadores con un 28,2%, a 1,2 puntos de Atresmedia, y con un *target comercial* que crece hasta el 30,1% y tras anotar de nuevo una sólida victoria en jóvenes con un 34,1%.

### Telecinco arranca líder la temporada

La oferta de producción propia de Telecinco ha sido en septiembre la más vista del *day time*, con un 14,5%, a 2,4 puntos de Antena 3, así como de su *target comercial*, con un 14,3%, a más de 3 puntos de su rival.

Con un 18,4% en total individuos y un 19% en *target* comercial, **'El programa de Ana Rosa'** ha obtenido su mejor cuota desde febrero con un nuevo liderazgo de la mañana a 6,3 puntos de 'Espejo Público', que con un 12,1% registra su peor arranque histórico de temporada. Tras él, **'Ya es mediodía'** empata con septiembre del año pasado en espectadores con una media de 1,2M y un 13,5%.

**'Sálvame diario'**, con un 16,6% y 1,7M ha obtenido su mejor septiembre en espectadores desde 2016, con una ventaja en su franja de 5,2 puntos sobre Antena 3. El formato ha ofrecido a los anunciantes, con sus ediciones 'Naranja' y 'Tomate', junto a 'El programa de Ana Rosa', el mejor *target* comercial de la televisión en *day time*, alcanzando en el caso de 'Salvame Tomate' un 16,5%, frente al 14,8% de 'Pasapalabra' en Antena 3.

En el horario estelar, Telecinco ha estrenado este mes con excelente cogida **'La isla de las tentaciones'**, que con un 19,2% y 2.507.000 ha dominado su franja, alcanzando un 24,4% en *target* comercial, con un 42,1% en jóvenes de 13-24 años un y 36,5% de 25-34. El debate de los martes del formato, alcanza un 20,7% entre los espectadores de 25 a 34 años.

También con el liderazgo se ha estrenado **'Idol Kids'**, con un seguimiento de 1,9 millones de espectadores y un 16,4% y la victoria en *target* comercial de su franja con un 14,9% y también en público joven con un 19,7%.

Los especiales **'Informe Covid'** con un 13,5% y 2,1M; **'Madres: amor y vida'** con un 12% y 1,4M; **'Ven a cenar conmigo: gourmet edition'** con un 11,3% y 1,3M y **'Mi casa es la tuya'** con un 14,3% y casi 1,8M han completado la oferta semanal.

En fin de semana, **'Sábado Deluxe'** ha liderado con un 17,7% y 1,7M, al igual que **'Socialite by Cazariposas'** con un 14,7% y casi 1,3 millones de espectadores, mientras que **'Viva la vida'** ha alcanzado su mejor septiembre histórico con un 12,7% y 1.435.000 espectadores.

En materia informativa, las **ediciones de sobremesa y tarde de lunes a domingo y de lunes a viernes** de Informativos Telecinco han anotado su registro más alto de espectadores desde junio, con 1,9M y un 15% incluyendo el fin de semana, y un 15,2% y casi 2M hasta el viernes.

**Informativos Telecinco 15:00 horas** ha firmado de lunes a domingo su mejor septiembre en cuota desde 2007 y desde septiembre de 2006 en espectadores, con una media del 15,4% y 1.912.000. De lunes a viernes, dicha edición anota cifras similares, un 15,3% y casi 2M, su mejor registro en espectadores de un mes de septiembre de los últimos 8 años.

La edición de **prime time** conducida por **Piqueras** de lunes a viernes, con casi 2 M y un 15,1%, registra su **mejor dato en espectadores desde junio**, mientras que la de los sábados y domingos, con un 13,2% y 1.703.000 espectadores, se sitúa líder absoluta frente a sus rivales con su mejor septiembre desde 2009.

Por último, **Informativos Telecinco Matinal**, con 186.000 espectadores ha logrado su **mejor cifra en un mes de septiembre desde 2007**, y en cuota anota un 12,6%, superando a 'Noticias de la mañana' de Antena 3 por más de 1 punto.

## Cuatro, tres meses por delante de La Sexta en *prime time*

Cuatro ha registrado un **5,4% de share**, su mejor registro desde el pasado mayo, con un *target* comercial del 6,2%. El **público joven de 25 a 34 años** ha vuelto a ser el que mayor cuota le ha aportado con un **6,8%, con una distancia de 0,6 puntos sobre La Sexta**. En la franja de *prime time*, la cadena ha marcado un **5,8%, su mejor septiembre en horario estelar desde 2007**, y ha vuelto a **superar a La Sexta** por tercer mes consecutivo, abriendo sobre ésta una distancia de 0,6 puntos en *target* comercial, donde crece hasta el 6,9% de *share*.

‘**First Dates**’ de lunes a jueves ha cerrado el mes con un 7,4% y 1,2M de espectadores y un 8,1% en *target* comercial. ‘**First Dates Noche Especial**’ ha obtenido un 6,9% con casi 1M y un 7,3% en *target* comercial. ‘**Adivina qué hago esta noche**’, con un 5,7% de *share* y un *target* comercial del 6,5%, ha superado a La Sexta en su franja en todos los *targets* excepto en espectadores de 55 a 64 años, al igual que ‘**Samanta y la vida de...**’ con un 4,9% y un 6,2% en *target* comercial y ‘**Gipsy Kings**’ con un 6,1% y un 7,8%, respectivamente.

‘**En el punto de mira**’, con un 4,3% y un 4,8% en *target* comercial, ‘Viajeros Cuatro’ con un 4,8% y 5,3% en dicho segmento y ‘**Mentes criminales**’, con un 5,1% de *share* y un 6,9% en *target* comercial, han completado la oferta del *prime time* de la cadena.

‘**Cuarto Milenio**’, con un 10,1% y 1.339.000, ha registrado el **mejor estreno de temporada de su historia en número de espectadores** y obteniendo una ventaja de 6,1 puntos sobre La Sexta, a la que supera en todos los *targets*, destacando en la franja de 25-34 años con un 13,7% y de 35-54 con un 12,8%.

En *day time* han destacado los programas de actualidad. ‘**Cuatro al día**’ ha concluido el mes con un 5,7% en su edición de las 17:30h de lunes a viernes y con un 6,4% en la edición de mediodía los fines de semana, mientras que la edición de las 20 h. ha anotado un 4,8% entre semana y un 4,3% los sábados y domingos. ‘**Todo es mentira**’ ha vuelto a crecer respecto al mes pasado y ha cerrado septiembre con un 5,7%, mientras que ‘**Mujeres y hombres y viceversa: nueva generación**’ ha mantenido su liderazgo entre jóvenes de 13-24 años con un 13,9%. ‘**El concurso del año**’ ha registrado un 6,8% en dicho perfil.

## Los temáticos del grupo, 77 meses líderes

El conjunto de **canales temáticos de Mediaset España**, con un **8,8% de share**, han acumulado **77 meses de liderazgo consecutivo**. **Factoría de Ficción**, con un 2,5% en total individuos, ha sido el **canal temático más visto entre jóvenes de 13-24 años** con una media del 7,1%. Tras él, **Energy** ha cerrado el mes con una cuota de pantalla del 2,3%, con un 2,7% en *target* comercial. **Divinity**, con un 2,1%, ha registrado su mejor septiembre desde 2016, con un 2,4% en *target* comercial y un destacado 2,9% en su *target* objetivo de mujeres 16-44 años. **Boing**, el canal infantil líder de la televisión comercial, ha obtenido una media del 11,6% en niños, con su tercera **mayor ventaja histórica (4,6 puntos)** sobre Disney Channel, mientras **Be Mad** ha obtenido 0,7% y un 1,1% en hombres de 16 a 44 años.