Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Chat o mensaje de texto

Descripción generada automáticamente

Madrid, 1 de octubre de 2024

Mediaset España, único grupo que crece respecto a septiembre de 2023, inicia la temporada imbatible en el *target* comercial

* **Con un 26,8% en TC, firma 30 meses consecutivos de liderazgo en el público más atractivo para los anunciantes y se mantiene como la referencia histórica en el primer mes del ‘curso’. También es primera opción en el TC del *prime time* (25%), donde supera a la segunda opción por decimocuarto mes consecutivo. Entre el TC del *day time* también es líder con un 27,6%.**
* **Telecinco (9,5%) firma una evolución ascendente en septiembre hasta alcanzar la pasada semana sus mejores registros de las últimas 10 semanas en total día (10,3%) -situándose como segunda cadena más vista- y en TC (10,4%) -líder-. Cuatro (5,4%), única cadena que crece respecto a septiembre de 2023 igualando su mejor arranque de temporada desde 2020, se sitúa como la tercera cadena comercial en *prime time* (5,9%) por décimo mes consecutivo.**
* **Los canales temáticos del grupo suman 125 meses consecutivos de liderazgo con su mejor dato en septiembre desde 2016 con FDF, Energy y Divinity al frente del ranking de los más vistos. Boing es el canal infantil líder y primera opción entre los niños y Be Mad iguala su récord mensual.**

**PRINCIPALES TITULARES DE SEPTIEMBRE**

* **Mediaset España** (24,8%), **único grupo audiovisual que mejora respecto a septiembre de 2023** (+0,2 puntos), es **líder en el *target* comercial (26,8%) por 30º mes consecutivo**, supera por 2,7 puntos a la segunda opción y se mantiene **imbatible históricamente en este *target* en septiembre**.
  + En ***prime time*** (23,5%) es el **grupo líder del TC (25%), sumando 14 meses por delante de la segunda opción.**
  + En ***day time* (25,3%)** es el **único grupo que crece respecto al mismo mes de 2023 (+0,4 puntos)** y es también el **grupo más visto del TC (27,6%)** con 3,3 puntos de ventaja sobre la segunda opción.
* **Telecinco** (9,5%) **crece en el TC** (9,7%), donde comparte la segunda posición y se sitúa como la **segunda cadena más vista del *day time*** (9,8%), franja que lidera en el TC (9,8%).

A lo largo del mes experimenta una **evolución ascendente** que lleva a marcar en la **última semana (23-29 de septiembre)** los **mejores datos en total individuos** (10,3%) **-situándose como segunda opción- y en TC** (10,4%) **-líder- de las últimas 10 semanas**.Además, firma la mejor media semanal en:

* + La **mañana** (11%) desde la semana del 17-23 junio, situándose como segunda opción; la **tarde** (10,6%) desde la del 25 mayo-2 de junio, también como segunda opción; el ***day time*** (10,5%) desde la del 27 de mayo-2 de junio; en ***prime time*** (9,7%) desde la del 22-28 de julio; y en ***late night*** (14,9%) desde la del 22-29 de julio, superando a Antena 3 por 5,3 puntos y casi duplicando a La 1.
  + La última semana del mes (23-29 septiembre) también ha generado diferentes hitos en los **principales formatos de producción propia** de la cadena:
    - **¡De Viernes!** (16,7% y 1.148.000) firma su **récord de temporada** en viernes y firma su **mejor dato histórico en TC** (16,8%).
    - **‘TardeAR’** (11,2%) anota su **mejor *share* semanal** desde la semana del 22-26 de abril y **se impone a su directo competidor** (10,3%).
    - **‘El diario de Jorge’** (7,9%) iguala la **segunda semana con mejor *share* de su historia** y firma su **récord** en la emisión del viernes 27 de septiembre (8,6% y 740.000).
    - **‘Vamos a ver’** (12,7% y 344.000) firma su **mejor semana** desde la del 17-21 de junio; **‘Vamos a ver más’** (11,8% y 740.000) alcanza su **mejor *share* semanal** desde la del 27-31 de mayo.
    - **‘La mirada crítica’** (12,1% y 239.000) registra su **mejor semana** desde la del 17-21 de junio.
    - **‘Socialité’** (10,6% y 604.000) firma el sábado 28 de septiembre su **mejor *share* desde el 14 de abril**.
    - **‘GH. El Debate’** (15,5%) bate su **récord de temporada**.
    - Todas las ofertas de *prime time* desde el martes al domingo lideran sus respectivas franjas de emisión: **‘GH. Límite 48 horas’** (14%), **‘¡De Viernes! Especial Julián Muñoz’** (19,9%), **‘GH’** (16,6%), **‘¡De Viernes!’** (16,7%), **‘Got Talent España’** (11,8%) y **‘GH. El Debate’** (15,5%).
    - **Informativos Telecinco** asciende hasta la segunda posición en sus ediciones de las **15h (lunes-viernes)** (11%), **15h (lunes-domingo)** (11%) y **15h (sábado-domingo)** (10,9%).
* **Cuatro** (5,4%) es la **única cadena que crece** respecto a septiembre de 2023 a iguala su **mejor arranque de temporada** logrado en 2020. Crece en **TC** (6,1%) y firma su **dato más alto desde marzo**.
  + En ***prime time*** (5,9%), Cuatro se mantiene como la **tercera cadena comercial más vista por décimo mes consecutivo** imponiéndose por casi 1 punto a su competidor (5,1%). En el **TC del *prime time*** (6,1%) también se sitúa como la **tercera cadena comercial por decimocuarto mes** consecutivo.
  + En ***day time*** (5,2%), Cuatro también es la **única cadena que mejora** respecto a septiembre de 2023 y crece en TC (6%).
* Los **canales temáticos de Mediaset España** (9,8%) suman **125 meses consecutivos como los más vistos**, igualando su **mejor dato acumulado en septiembre de 2016**. En TC (11,1%) también son la gran referencia 125 meses consecutivos, con su mejor dato desde septiembre 2013. **FDF (2,6%), Energy (2,3%) y Divinity (2,1%)** copan el ranking de los más vistos del mes.
  + **FDF (2,6%),** **canal temático más visto**, crece 1 décima respecto al mismo mes de 2023 y logra su **mejor dato en septiembre desde 2019**. También es el temático más visto en **TC** (3,4%) y entre los **jóvenes 13-24 años** (7,3%), target en el que se sitúa en **tercera posición entre todos los canales**.
  + **Energy** (2,3%), **segundo canal temático más visto del mes**. En TC (2,6%) también es segunda opción.
  + **Divinity** (2,1%) se sitúa en tercera posición. Es el **canal femenino líder en el TC** (2,2%) con su mejor marca en septiembre desde 2020. Alcanza un 2,4% en su *core target* (mujeres de 16-44 años).
  + **Boing** (0,9%) se sitúa como el **canal infantil líder** **y el más visto entre los niños (4-12 años)** con un 10,8%, su **mejor dato anual**.
  + **Be Mad** (2%) iguala su **récord histórico mensual**.Logra su mejor septiembre tanto en TC (1,9%) como en hombres 16-44 años (1,9%).

**PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - *PRIME TIME***

* **‘¡De Viernes!’** (14,4% y 997.000) firma el **mes más competitivo de su historia.** **Lidera nuevamente su franja en el TC (13,2%)**. El **Especial Julián Muñoz** (19,9% y 1.195.000) bate el **récord histórico de cuota** del formato y **arrasa en su franja con más de 10 puntos de ventaja** sobre las siguientes opciones.
* **‘Gran Hermano’** (Galas jueves) (16,7% y 1.010.000) **lidera su franja y todos los targets, entre los que destaca el TC** (20,3%). Especial seguimiento entre los **jóvenes de 16-34 años** (27,8%) y **25-44 años** (26,9%).
* **‘Gran Hermano. Límite 48 horas’** (14% y 842.000) **lidera su franja y en el TC** (17,3%), triplicando a su competidor. Especial seguimiento entre los **jóvenes de 16-34 años** (21,5%) y de **25-44** **años** (22,7%).
* **‘Gran Hermano. El Debate’** (13,0% y 934.000) **lidera su franja y en TC** (16%). También en **16-34 años** (22,4%) y en **25-44 años** (21,9%).
* En Cuatro, **‘First Dates’** (6,9% y 866.000), de lunes a jueves, continúa **un mes más batiendo en su franja a su competidor en total individuos y en TC** (6,1%). Las entregas de los **viernes**, ‘First Dates’ (7,5% y 744.000) también se impone a su competidor en total individuos y en TC (8,4%). Firma un 8,3% en 16-34 años.
* **‘¿Quién quiere casarse con mi hijo?’** (5,7% y 430.000) **se impone en su franja a su competidor en TC** (8,2%) y en menores de 55 años, con un **10,1% en 25-44 años**.
* **‘Código 10’** (6,5% y 431.000) **bate en su franja a su competidor**.
* **‘Volando Voy’** (6,4% y 494.000) **supera en su franja a su competidor**. Destaca su seguimiento en **25-44 años** (6,7%).
* **‘Horizonte’** (6,2% y 424.000) continúa **en su horario por encima de su competidor, al que supera en prácticamente todos los *targets***, con especial atención al TC (6,8%).
* **‘Cuarto Milenio’** (7% y 670.000) iguala su **mejor *share* mensual desde noviembre**, **se impone en su franja a su competidor y en TC** (8,1%) y en **25-44 años** (8,1%).
* **‘Callejeros’** (4,8% y 400.000) **también se impone en su horario a su directo competidor** y crece hasta el **6,9% en 25-44 años**.

**PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - *DAY TIME***

* **‘Vamos a Ver’** (13,7% y 358.000) **lidera su franja y el TC** (14,2%).
* **‘TardeAR’** (10,2% y 716.000) firma su **mejor *share* mensual desde mayo** y **lidera su franja en el TC** (9,2%), entre otros.
* **‘Reacción en cadena’** (10,6% y 864.000) **lidera su franja en TC** (10,7%) y en el **target 13-54 años**.
* **‘Fiesta’** (10,1% y 834.000) alcanza su **mejor *share* mensual desde abril** y **lidera su franja y en TC** (9,4%).
* En Cuatro **‘Todo es mentira’** (6,2% y 524.000) alcanza el **mejor *share* mensual desde noviembre** y supera nuevamente en su franja a su competidor.
* **‘En boca de todos’** (5,3% y 170.000) firma el **mejor *share* mensual de su historia**.