

Madrid, 1 de noviembre de 2024

AUDIENCIAS OCTUBRE

Telecinco crece por tercer mes consecutivo y lidera entre los jóvenes de 25-44 años

**El grupo Mediaset España revalida su hegemonía en TC por 31º mes consecutivo (26,2%) manteniendo el liderazgo en un mes de octubre desde 2018. Lidera también el TC del *prime time* (24,6%) y *day time* (27%).**

**Cuatro crece respecto a septiembre y firma su mejor octubre desde 2017 (5,6%), mejorando en *target* comercial hasta el 6,1% de *share*. En *prime time* (6,1%) encadena 11 meses como tercera cadena comercial más vista igualando su mejor dato desde marzo. Se impone a su competidor también en el *target* comercial de esta franja por 15º mes consecutivo (6,3%).**

**Los canales temáticos del grupo suman 126 meses consecutivos de liderazgo (9%), con los primeros puestos del *ranking* ocupados por FDF y Energy.**

**PRINCIPALES TITULARES DE OCTUBRE**

**MEDIASET ESPAÑA**

**Mediaset España (24,3%) suma 31 meses consecutivos de liderazgo en *target* comercial (26,2%), 1,6 puntos por delante de su competidor, y apuntala su liderazgo en un mes de octubre por séptimo año consecutivo.**

* En ***prime time*** (23,2%) **lidera el *target* comercial** por tercer mes consecutivo (24,6%) y suma **15 meses de ventaja sobre su competidor** (23,1%).
* En ***day time*** (24,8%) también incrementa sus datos en *target* comercial (27%), en el que es **líder un mes más entre todas las cadenas**.

**TELECINCO**

**Telecinco (9,7%) continúa por tercer mes consecutivo su tendencia ascendente y crece 0,2 puntos respecto a septiembre.**

* Es el único canal principal que se mantiene respecto a octubre de 2023, frente a la caída de 2 y 3 décimas de sus competidores históricos.
* **Lidera entre el público joven de 25-44 años** (10,1%) y obtiene **en TC** **(9,9%)** **su mejor dato desde mayo**.
* Además, **lidera** **en *late night*** (13,3%) y ocupa la segunda posición en la **tarde** (10%) **y el *day time*** (10,1%), franja en la que **se impone sobre el resto de cadenas en *target* comercial** (10,2%). En *prime time* mantiene su dato de septiembre con un 8,9% y **crece en *target* comercial** hasta el 9,4% de *share*.

**CUATRO**

**Cuatro crece respecto a septiembre y firma su mejor octubre desde 2017 (5,6%), mejorando en *target* comercial hasta el 6,1% de share.**

* En *prime time*, encadena **11 meses como tercera cadena comercial más vista** con su **mejor dato desde marzo** (6,1%), aventajando en 0,5 puntos a su competidor (5,6%), al que se impone también en el ***target* comercial** de esta franja **por 15º mes consecutivo** (6,3% vs. 5,9%) **y en *late night*** (6,3% vs. 5,4%).

**TEMÁTICOS**

**126 meses consecutivos de liderazgo para los canales temáticos de Mediaset España (9%), con los primeros puestos del *ranking* ocupados por FDF y Energy. En *target* comercial el conjunto de canales del grupo crece hasta el 10,2% de *share* y lidera nuevamente frente a los canales de su competidor con más de tres puntos de ventaja (7,1%).**

* **FDF** es el **canal temático más visto por sexto mes consecutivo** (2,3%), **lidera también el *target* comercial** (3,2%) y **entre los jóvenes de 13-24 años** (6,3%), segmento en el que ocupa el **cuarto lugar entre todas las cadenas**.
* **Energy** ocupa el **segundo puesto del *ranking*** con un 2,1% de *share* en total individuos y un 2,3% en ***target* comercial**.
* **Divinity** (1,9%) es la **temática femenina líder del *target* comercial** (2%). Alcanza un 2,2% en su *core target* (mujeres de 16-44 años).
* **Boing** (0,8%) es de nuevo en octubre **el canal líder entre los niños** con un 10,7%.
* **Be Mad** marca su **récord histórico en un mes de octubre** tanto en total individuos (1,9%) como en hombres de 16-44 años, su *target* objetivo (1,9%).

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

* **‘¡De viernes!’** marca **nuevo récord histórico de *share*** (14,6%) y **mejor dato de espectadores desde diciembre** (1.031.000). **Lidera su franja** con 1,6 puntos de ventaja sobre su competidor (13%), al igual que lidera en el ***target* comercial** (13,2%).
* ‘**Gran Hermano’, primera opción en su franja con sus tres emisiones semanales:**
	+ Con un 15,7% y 957.000 espectadores, las **galas de los jueves** duplican a su competidor (7,6%) y **lideran en todos los *targets***, creciendo hasta el **22,2% en el** **segmento 16-34 años**, hasta el **23,3% en 25-44 años** y hasta el **17,9% en *target* comercial**.
	+ ‘**Gran Hermano. Límite 48h’** (13,6% y 854.000) **gana además en el *target* comercial** (15,9%) y es lo más visto por **todo el público menor de 65 años**.
	+ ‘**Gran Hermano. El Debate’** (12,7% y 989.000) también **lidera el *target* comercial** triplicando a su competidor (14,7% vs. 5,4%) y en los **espectadores menores de 55 años**.
* ‘**Got Talent España’** (9,7% y 861.000) **se impone un mes más en su franja de emisión** y es lo más visto en niños y espectadores de 25 a 64 años.
* En Cuatro, **‘First Dates’** (7,3% y 948.000), **‘Código 10’** (6,2% y 422.000), **‘Volando Voy’** (6,8% y 532.000), **‘Horizonte’** (8,1% y 549.000) y **‘Cuarto Milenio’** (7,4% y 770.000) **baten a su competidor en sus respectivas franjas** de emisión. Además, **‘Horizonte’** alcanza su **mejor *share* mensual desde marzo de 2022** y **‘Cuarto milenio’** **desde junio de 2021**.

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

* ‘**El diario de Jorge**’ (8% y 704.000) cierra octubre con el **mejor resultado desde su estreno** y subiendo en ***target* comercial** (8,3%).
* ‘**TardeAR**’ (10,1% y 763.000) firma su **mejor dato mensual desde mayo**, **lidera su franja en el *target* comercial** (9,7%) y en el **público de 25-54 años** (9,9%).
* **Mejor mes desde mayo** en espectadores para ‘**Reacción en cadena’** (10,4% y 991.000), que **lidera de nuevo el *target* comercial** (11%) y en el **público de 25-54 años** (10,7%).
* ‘**Vamos a ver’** (14,1% y 402.000) **lidera su franja** con su **mejor *share* desde junio y el mejor dato de espectadores desde abril**.
* ‘**La mirada crítica’** (11,4% y 243.000) consigue su **mejor *share* de los últimos cuatro meses** y **el mejor dato de espectadores de los últimos cinco meses**.
* **‘Fiesta’** (9,7% y 873.000) ha sido **primera opción en su franja de emisión** y en ***target* comercial** (8,8%).
* ‘**Socialité’** (9% y 568.000) alcanza su **mejores datos de *share* y espectadores de los últimos cuatro meses**.
* ‘**Todo es mentira’** (6,9% y 590.000) **lidera su franja** con 1,1 puntos de ventaja sobre su competidor (5,8%) y **cierra su mejor *share* mensual desde marzo de 2022.**
* ‘**En boca de todos’** (5,3% y 184.000) mantiene tendencia ascendente con **nuevo récord histórico de *share***.
* ‘**El Desmarque’ Sobremesa** (3,9% y 350.000) sigue creciendo y anota **su mejor *share* desde 2021** (4,9%).

**INFORMATIVOS**

* De lunes a viernes, **Informativos Telecinco 15:00h** (11% y 1.025.000) crece 0,6 puntos respecto a septiembre y alcanza su mejor cuota desde abril. En ***target* comercial** aumenta su dato hasta el 12,5% de *share*. **Informativos Telecinco 21:00h** (9% y 1.051.000) también **mejora en *target* comercial** (9,5%) y **bate su récord de *share* de la temporada** en su emisión del 8 de octubre (10,9%). La **media de ambas ediciones** (9,8%) sube respecto a septiembre y aumenta también en *target* comercial (10,8%).
* También de lunes a viernes, **Noticias Cuatro 1** (6,9% y 502.000) **vuelve a batir su récord mensual de *share* y espectadores** en su nueva etapa al mejorar 0,8 puntos su dato de septiembre. **Noticias Cuatro 2** (4% y 366.000) también sube respecto al mes anterior y **marca su mejor dato de espectadores desde marzo**. La **media de los dos informativos** **anota récord del año** en cuota (5,4%) y **en espectadores desde enero** (436.000). En cuanto al **fin de semana**, **Noticias Cuatro 1** (7,1%) firma su **mejor *share* mensual desde 2020**, cuando aún se denominaba ‘Cuatro al Día’. **Noticias Cuatro 2** (5,7%) cierra octubre con **su segundo mejor *share* del año**.