

Madrid, 1 de octubre de 2019

## Telecinco arranca septiembre con la mayor distancia en 12 años sobre Antena 3

Con un 15% de *share*, supera en 3,7 puntos a Antena 3 (11,3%), que anota su peor registro en un arranque de temporada desde 2010. Telecinco, cadena de referencia y la que más crece en el *target* comercial (14%), frente al peor septiembre histórico de su competidor (10,8%) en este segmento. Informativos Telecinco (15,5%) es referente absoluto en el cómputo de sus ediciones de sobremesa y tarde.

Cuatro (5,8%) alcanza su mejor dato mensual desde junio de 2019, aupado por el éxito de 'GH VIP: Límite 48 horas' y el triunfo de España en el Mundial de Baloncesto, convertido en el partido más visto de la historia en nuestro país.

Mediaset España (29,6%), grupo líder y único que crece, con la mayor ventaja en septiembre sobre Atresmedia (25,6%) desde 2015. Es referente en el *target* comercial (31%), donde aventaja a Atresmedia en 3,9 puntos (27,1%), *prime time* (28%), *day time* (30,2%) y destaca entre los jóvenes de 13-24 años (33,9%) y de 25-34 años (33,2%).

Telecinco (15%) ha despegado en **septiembre** la nueva temporada como la cadena más vista y con la **mayor distancia (+3,7 puntos) sobre Antena 3 (11,3%) en un mes de septiembre desde 2007**. Elegida de forma mayoritaria por los espectadores por decimotercer mes consecutivo y en 64 de los últimos 68 meses, es la que más crece respecto al mismo mes de 2018 (+1,1 puntos), frente al descenso de su competidor (-1 punto) hasta su peor septiembre desde 2010.

Del mismo modo, lidera el ***target* comercial (14%)** con el mayor incremento en este rango entre todas las televisiones, frente al peor septiembre histórico de su competidor (10,8%), al que supera en más de 3 puntos.

También ha sido la referencia en el ***prime time* (14,8%** vs. 11,5%) y en el ***day time* (15%** vs. 11,2%), y en sus respectivos *targets* comerciales (13,4% y 14,3%), así como en la **mañana (15,6%)**, la **tarde (16,5%)** y el **late night (17,9%)**.

Cadena más vista en todas las franjas de edad, con especial seguimiento entre los jóvenes de 25-34 años (15,1%), ha encabezado también las audiencias en 12 de los 14 ámbitos geográficos: **Canarias (19,5%)**, **Asturias (19,3%)**, **Madrid (16,6%)**, **Galicia (15,9%)**, **Euskadi (15,7%)**, **Andalucía (15,2%)**, **Comunidad**

**Valenciana (15,1%), Murcia (15,3%), 'Resto' (14,7%), Baleares (13,7%), Castilla y León (14,3%) y Castilla La Mancha (13,5%).**

Además, ha ocupado la primera posición en 28 de los 30 días del mes (el 93,3% de ellos) y entre las cadenas comerciales, seis de las siete noches de la semana, situando 15 emisiones entre las 20 más vistas del mes.

## **Informativos Telecinco, líder absoluto con su mejor arranque de curso desde 2008**

Con una media del 15,5% de *share* y 1.915.000 espectadores en sus ediciones de sobremesa y tarde (lunes-domingo), ha logrado el **mejor arranque de curso en cuota de pantalla desde 2008** y se ha impuesto ampliamente a Antena 3 Noticias (14,2% y 1.744.000) y a Telediario de TVE1 (12% y 1.538.000). También ha batido a sus rivales en el cómputo de las ediciones de lunes a viernes (16,4% y 2.057.000), con sus mejores registros de los últimos 11 años.

La **edición más vista del mes ha sido Informativos Telecinco 21:00 horas** (17,9% y 2.358.000), que ha registrado de lunes a viernes el mejor dato de espectadores en septiembre de su historia y el mejor *share* desde 2008, frente a Antena 3 Noticias 2 (12,5% y 1.602.000) y 'Telediario 2' (11,7% y 1.603.000). La edición de las 15:00 horas (15,1% y 1.814.000) ha logrado su mejor *share* desde 2009 y el dato de espectadores más alto de los últimos cinco años.

En el **fin de semana, Informativos Telecinco** (13,3% y 1.607.000) también ha sido la referencia por delante de Antena 3 Noticias (12,3% y 1.472.000) y Telediario de TVE 1 (11,7% y 1.449.000). Destacan las ediciones de las 15:00 horas (13,5% y 1.583.000), líder por quinto mes con su mejor arranque de temporada de los últimos cuatro años; y de las 21:00 horas (13,2% y 1.630.000), primera opción en su horario con las mejores cifras en septiembre desde 2009.

## **Los estrenos más vistos y cifras récord en *day time***

La cadena ha reinado en el género del entretenimiento con sus grandes formatos: **'GH VIP 7' (28,2% y 2.741.000), el programa más visto de la televisión y con mejor *share* del mes; 'GH VIP: El Debate' (20,7% y 2.334.000) y 'Got Talent España' (20,8% y 2.443.000),** con una distancia de 4,8 puntos y 241.000 espectadores sobre el peor arranque histórico de 'La Voz Kids' (16% y 2.202.000).

'Ven a cenar gourmet' (14,9% y 1.876.000), 'Mi casa es la tuya' (15,7% y 1.828.000), 'Volvete a ver' (13,9% y 1.465.000) y 'Sábado Deluxe' (18,3% y 1.694.000), con su mejor dato en septiembre de los últimos tres años, también han sido referencias absolutas en sus respectivas franjas.

En el *day time*, liderazgo desde la mañana hasta la tarde: **'El programa de Ana Rosa' (20,6% y 670.000), con su tercer mejor inicio de curso y una distancia histórica en un arranque de temporada de casi ocho puntos sobre 'Espejo Público' (12,7% y 412.000); 'Sálvame diario' (17,0% y 1.649.000), con su mejor**

resultado de los tres últimos meses; y **'Pasapalabra'** (18,3% y 1.875.000), con el dato de *share* más alto de su historia en septiembre.

También han alcanzado cifras récord **'Ya es mediodía'** (14% y 1.205.000), con el mejor dato mensual de su historia; y **'Viva la vida'** (12,1% y 1.321.000), con su mejor registro en septiembre.

## Cuatro, mejor dato mensual desde junio

Un mes más, **Cuatro (7%)** se ha situado como la televisión con mejor conversión al **target comercial** y la **tercera cadena comercial para el público más demandado por los anunciantes**, tras imponerse a La Sexta en todos los targets menores de 55 años. Ha crecido hasta el 7,5% en jóvenes de 13 a 24 años, el 6,6% de 25 a 34 años y el 7,2% de 35 a 54 años. Cierra septiembre con incremento de 0,6 puntos hasta el 5,8% de *share*, su mejor dato mensual desde junio de 2019.

En el **horario estelar**, **Cuatro (5,6%)** iguala su dato de septiembre del pasado año, frente a la caída de tres décimas de La Sexta, y reduce la distancia entre ambas a solo 6 décimas, la menor en septiembre desde 2012. En el **target comercial** de esta franja, ha anotado un 6,6% de *share*, igualando a su inmediato competidor. En *day time*, Cuatro (5,9%) ha anotado su mejor dato mensual desde julio de 2018.

Han destacado los estrenos de **'GH VIP: Límite 48 horas'** (22% y 2.228.000), **segunda emisión con mejor share del mes** y primera opción para los espectadores en todos los *targets* de edad; **'Mónica y el sexo'** (6,7% y 568.000), líder entre el público de 25 a 34 años (12,5%); y **'Donde menos te lo esperas'** (6,2% y 800.000), con un 10,1% entre los espectadores de 25 a 34 años.

En eventos deportivos, la **Copa del Mundo de Baloncesto FIBA** (11,5%) ha alcanzado un 20% y más de 2 millones de espectadores en los partidos de la Selección Española. La **final frente a Argentina (46,5% y 6.168.000)** ha sido el partido de baloncesto más visto en la historia de la televisión en nuestro país y es la **emisión más vista del mes**, seguida del post de la final con un 40,1% de cuota de pantalla y 5.886.000 espectadores.

Han contribuido igualmente **'First Dates'**, tanto de lunes a jueves (6,7% y 1.032.000) como los viernes (5,6% y 746.000), con su habitual seguimiento mayoritario en jóvenes; **'El verano en el punto de mira'** (7,5% y 851.000), **'En el punto de mira'** (5,2% y 737.000); **'Viajeros Cuatro'** (5,7% y 871.000), con un 8,1% de *share* entre espectadores de 25 a 34 años; **'Mujeres y Hombres y Viceversa'** (4,8% y 235.000) con su liderazgo habitual entre los jóvenes de 13 a 24 años (17,4%); **'El Concurso del Año'** (4,5% y 371.000); **'Todo es mentira'** (4,1% y 459.000), que iguala el segundo mejor *share* de su historia; y **'Cuarto Milenio'** (8,7% y 925.000), con el mejor arranque de temporada de los últimos cinco años.

## Los canales temáticos de Mediaset España suman 65 meses de liderazgo consecutivo

Con una **media del 8,8% de share**, han superado a los temáticos de Atresmedia (7,7%), alcanzando el 10% en *target* comercial.

**Factoría de Ficción (2,8%)** ha alcanzado 90 victorias mensuales consecutivas y es el canal temático y la tercera televisión nacional más vista por los jóvenes de 13 a 24 años (7,6%), anotando un 3,3% en *target* comercial.

**Energy (2,5%)** es la segunda televisión temática más vista con su mejor marca histórica en el mes de septiembre y ha registrado un 3% en *target* comercial, sumando seis décimas desde septiembre de 2018.

**Divinity (1,8%)** ha superado a Nova en *target* comercial (2,2% vs. 2%) y en su *core target*, mujeres 16-44 años (3% vs. 2,6%). El estreno de **'Dolunay' (2,4%-289.000 y 3,9%-424.000)** convirtió el dato de la segunda entrega en la emisión más vista del mes y en el mejor arranque histórico de una telenovela en este canal, liderando su franja entre los temáticos.

**Boing (11,6% en niños 4 a 12 años)** ha sido el canal infantil líder de la televisión comercial, aventajando en 0,7 puntos a Disney Channel (10,9%). Por último, **Be Mad** ha anotado un 0,4% de *share* en total individuos, y un 0,5% en *target* comercial y en hombres de 16 a 44 años.

## Mediaset España ofrece 98 de los 100 spots más vistos

El amplio liderazgo logrado tanto en total día como en *prime time* han llevado a Mediaset España a emitir en septiembre 98 de los 100 spots más vistos en televisión, **frente a solo 2 de su principal competidor**, situados además en los puestos 85º y 91º del ranking. La retransmisión en Cuatro de la **gran final de la Copa del Mundo de Baloncesto** entre España y Argentina ha acogido los 63 anuncios con mayor rating del mes, seguida por los espacios **'GH VIP'**, **'GH VIP: Express'**, **'GH VIP: El Debate'** y **'Got Talent España'**, que han albergado los 35 spots restantes.