

Madrid, 1 de noviembre de 2019

Mediaset España lidera con su mejor octubre desde 2016 frente al mínimo histórico de Atresmedia

Telecinco, 14 meses de liderazgo consecutivo, supera en 4,4 puntos a Antena 3, la mayor distancia en un mes de octubre desde 2007

Telecinco se impone en 4,4 puntos a su competidor en total día y es referente en *target* comercial igualando con 2014 su mejor dato en un mes de octubre de los últimos 10 años, frente al peor octubre histórico de su competidor en este parámetro. Informativos Telecinco lidera en el cómputo de sus ediciones de sobremesa y tarde.

Mediaset España es el grupo líder con su mejor octubre de los últimos 3 años a 3,0 puntos de Atresmedia. Se impone en *target* comercial con una distancia de 3,3 puntos sobre Atresmedia, al que supera además en *prime time*, *day time* y los jóvenes de 13-24 años y de 25-34 años.

Los espectadores lo tienen claro, y un mes más han vuelto a elegir a Mediaset España como el grupo de televisión de referencia para informarse y entretenerse. Con un **29,2% de share**, el conjunto de canales de la compañía ha alcanzado su mejor octubre desde 2016 con una distancia de 3,0 puntos sobre Atresmedia, que con un 26,2% ha registrado el peor octubre de su historia.

La distancia entre ambos grupos se ha dilatado hasta los 3,3 puntos entre el público más demandado por los anunciantes, el **target comercial**, en el que Mediaset España ha crecido hasta el **31,0%** frente al 27,7% de Atresmedia. A esta distancia han contribuido de nuevo los públicos más jóvenes, que han permanecido fieles en octubre a la oferta de canales de Mediaset España con un 34,9% de share entre los de 13 a 24 años y un 33,1% entre los de 25 a 34.

Por franjas, Mediaset España se ha impuesto a Atresmedia tanto en *prime time* (**28,1% vs. 26,3%**) como en *day time* (**29,7% vs. 26,1%**).

Además, Mediaset España ha ofrecido **98 de los 100 spots más vistos del mes**, frente a sólo 2 ofrecidos por Atresmedia.

Telecinco: el bastión de Mediaset España crece, arrasa y bate sus propios registros de la década

Telecinco continúa arrasando en su exitoso arranque de temporada y **lidera octubre de forma absoluta por octavo año consecutivo**, mejorando en 7 décimas su dato de septiembre hasta alcanzar el **15,7% de cuota de pantalla**. Una cifra que no sólo le sitúa como la **cadena más vista**, sino que lo hace además con la **mayor distancia en un mes de octubre desde el año 2007 sobre Antena 3**, que con un **11,3%** anota su peor octubre histórico.

La extraordinaria cifra que Telecinco acumula en el total individuos prácticamente se repite, como también lo hace el liderazgo, en el segmento de público más demandado por los anunciantes. Y es que en *target* comercial (15,3%) la cadena ha igualado con 2014 su **mejor dato en un mes de octubre desde 2009** (15,6%), frente al 11,0% de su principal competidor, el **dato histórico más bajo** registrado por Antena 3 en este mes en este parámetro.

Telecinco ha sido el referente en todas las franjas, superando a su inmediato competidor en **prime time (14,9% vs. 11,5%)**, **day time (16,0% vs. 11,2%)**, **mañana (16,6% vs. 10,8%)**, **sobremesa (13,7% vs. 13,1%)**, **tarde (17,3% vs. 12,1%)** y **late night (19,6% vs. 7,8%)**.

Ha sido además la cadena más vista en todas las franjas de edad y en 12 de los 14 ámbitos geográficos: **Canarias (21,5%)**, **Asturias (20,6%)**, **Murcia (18,4%)**, **Euskadi (17,9%)**, **Madrid (17,4%)**, **Andalucía (16,3%)**, **Galicia (16,0%)**, **Comunidad Valenciana (15,8%)**, **Castilla y León (14,7%)**, **Baleares y Castilla La Mancha (14,4%)** y en el denominado 'Resto' (15,3%).

Ha ocupado la primera posición en 30 de los 31 días del mes (el 96,8% de ellos) y en seis de las siete noches de la semana entre las cadenas comerciales (los martes son de Cuatro), situando 16 emisiones entre las 20 más vistas del mes.

Un prime time inexpugnable

Telecinco es la cadena más vista **en todas las franjas horarias**, con un **14,9% en prime time**, 3,4 puntos más que Antena 3 (11,5%). La solidez de sus grandes formatos de entretenimiento ha sido clave en esta abultada ventaja, con los programas de **mayor audiencia**:

- Las galas de los jueves de **'GH VIP'** (31,9% y 3.147.000) constituyen el programa **más visto y más competitivo de la televisión** en octubre, mostrando una positiva evolución al alza tras crecer 3,7 puntos y 406.000 espectadores sobre su ya sobresaliente dato de septiembre (28,2% y 2.741.000). Aventaja en 24,9 puntos a la oferta de Antena 3 en la franja (7,0%).
- Por su parte, **'GH VIP: El Debate'** (22,5% y 2.551.000) también ha mejorado 1,8 puntos y 217.000 espectadores el dato de septiembre, con sólida victoria en las noches dominicales, lo que supone 11,2 puntos por delante de la oferta de Antena 3 (11,3%) en su franja.
- **'Got Talent'** (21,4% y 2.291.000) eleva su cuota de pantalla de septiembre (20,8%), liderando con holgura frente a la gran apuesta de la temporada de Antena 3, **'La Voz Kids: Audiciones'**, cuyos registros de octubre (14,2% y

1.924.000) han descendido casi 2 puntos sobre los de septiembre (16,0%), relegando al formato antes emitido por Telecinco al mínimo histórico de las **audiciones** del programa en cualquier cadena nacional.

Y un *day time* sin rival

Telecinco no sólo ha alcanzado esta rotunda sintonía con el espectador en el horario estelar, sino que como ya es habitual, le ha acompañado con actualidad, directos e información a lo largo de todo su cohesionado *day time*, donde ha destacado toda su producción propia sin excepción.

Por la mañana, **'El programa de Ana Rosa'** (20,8% y 668.000) con su mejor cuota desde enero'19 (21,0%) logra su **octubre** más competitivo desde 2014 (21,1%) y el **más visto** en espectadores desde 2008 (731.000). El magacín, líder absoluto de las mañanas televisivas, ha obtenido la **segunda mayor ventaja histórica en un mes de octubre** frente a su rival. Una **ventaja de 7,5 puntos frente a 'Espejo Público'** (13,3% y 429.000), que firma **el peor octubre en cuota de pantalla de su historia**.

'Ya es mediodía' (13,9% y 1.182.000) firma segundo mejor mes en cuota histórico, y **'Sálvame diario'** (17,6% y 1.796.000) iguala con mayo'19 su mejor cuota mensual desde abril de 2018 y su mes más visto desde enero 2019.

En fin de semana **'Socialité by cazamariposas'** (14,7% y 1.278.000) bate récord histórico mensual de espectadores y su segunda mejor cuota histórica, con la mayor ventaja sobre Antena 3 en su franja (+7,6 puntos); y **'Viva la vida'** (12,2% y 1.403.000) firma el mejor octubre de su historia y su tercer mejor mes histórico en cuota.

Informativos Telecinco, la referencia

En la media de sus ediciones de sobremesa y tarde de lunes a domingo **Informativos Telecinco (15,3% y 2.012.000) ha sido la oferta con mayor seguimiento**, alcanzando su octubre más competitivo de los últimos 11 años.

Un mes más, **la edición presentada por Pedro Piqueras es la más vista** con el respaldo de **2.305.000 espectadores y un 15,6% de share**, +1,7 puntos por delante de Antena 3 Noticias 2 (13,9%).

En **fin de semana**, las dos ediciones de Informativos Telecinco se posicionan en octubre como líderes indiscutibles frente a sus rivales, tanto en **la edición de sobremesa (15,4% y 1.802.000)** frente al 14,2% de Antena 3 Noticias 1 y el 13,6% de Telediario 1 de TVE 1, **como en la de prime time (13,7% y 1.928.000)** frente al 11,1% de Antena 3 Noticias y del Telediario 2 de TVE1.

Cuatro crece sobre octubre del año pasado en total día, *prime time*, *day time* y *target comercial*

Cuatro (5,5%) ha crecido 3 décimas respecto a octubre de 2018. En el horario estelar, (6,0%) ha mejorado sus datos respecto al mes pasado y sobre octubre de 2018, anotando **la victoria absoluta en la noche de los martes (19,1%)**, franja donde se ha impuesto a La Sexta también en el horario estelar de los lunes y domingos con **Cine (7,3%)**, **'Volando voy' (6,8%)** y **'Cuarto milenio' (7,4%)**.

En **target comercial (6,5%)** la cadena ha sumado una décima respecto a octubre de 2018, superando a La Sexta entre los jóvenes de 13 a 24 años (6,7% vs. 5,5%).

Por lo que respecta al *day time*, Cuatro (5,2%) también ha crecido, 2 décimas, respecto a octubre de 2018 y ha superado en 3,8 puntos a La Sexta en *late night* (franja en la que firma un 10,0% de *share*, récord mensual desde junio de 2014 (10,2%) e histórico en un mes de octubre).

Este mes ha destacado la notable subida de 4,1 puntos y casi medio millón de espectadores de **'GH VIP: Límite 48 horas' (26,2% y 2.652.000)**, líder sin rival en su franja de los martes y primera opción para los espectadores en todos los *targets* de edad. El *reality* en Cuatro se ha situado en una ocasión **entre las 20 emisiones más vistas de octubre**. Ha duplicado la oferta de Antena 3 en su franja (11,6%) con 'La Voz Kids' (en martes, 14,4% y 1.919.000), y casi quintuplicado la de La Sexta (5,9%).

También han destacado los resultados de **'First dates'**, tanto de **lunes a jueves** (6,8% y 1.132.000) con su mes más visto desde marzo de 2019 y por delante de su rival entre los espectadores menores de 35 años (6,7% vs. 6,3%), como los **viernes** (5,9% y 845.000) con especial incidencia entre los espectadores de 25 a 34 años (7,9%) y **'Volando voy' (6,8% y 1.178.000)**, por delante de La Sexta entre los espectadores menores de 35 años (7,0% vs. 6,6%).

A los datos mensuales han contribuido igualmente **'Mujeres y Hombres y Viceversa' (4,7% y 247.000)** con su liderazgo habitual entre los jóvenes de 13 a 24 años (16,4%); **'El Concurso del Año' (4,8% y 443.000)**; **'Todo es mentira' (4,2% y 458.000)**, con el segundo mejor *share* de su historia; **'Cuatro al día' (3,7% y 337.000)**, con su récord mensual de *share* y espectadores y **'Cuarto Milenio' (7,4% y 775.000)**.

Los canales temáticos de Mediaset España suman 66 meses de liderazgo consecutivo

Con una **media del 8,1% de *share***, han superado en 1 punto a los temáticos de Atresmedia (7,1%), alcanzando el 9,2% en *target* comercial.

Factoría de Ficción (2,5%) ha registrado 91 victorias mensuales consecutivas con 4 décimas de ventaja sobre Neox, que con un 2,1% de *share* queda relegada a la cuarta posición con su peor dato mensual desde abril de 2010 (2,0%). FDF es la cuarta televisión nacional más vista por los jóvenes de 13 a 24 años (6,9%), anotando un 3,1% en *target* comercial.

Energy (2,3%) es la segunda televisión temática más vista con su mejor marca histórica en el mes de octubre. Ha anotado un 2,7% en *target* comercial, también su mejor dato de octubre en su historia en este parámetro.

Divinity (1,7%) es la televisión temática femenina líder en *target* comercial con un 2,1% de *share*, creciendo al 3,0% en su *core target* (mujeres de 16 a 44 años).

Boing (11,3% entre 4 y 12 años), ha sido la cadena comercial líder entre los niños, empatando en octubre con Disney Channel, mientras que **Be Mad** ha anotado un 0,5% de *share* en total individuos, un 0,6% en *target* comercial y un 0,7% en hombres de 16 a 44 años.