

Madrid, 26 de noviembre de 2019

Las series turcas se afianzan en la franja de tarde de Divinity y convierten al canal en el referente de la comedia romántica en España

Tras el estreno de **'Kara Sevda (Amor eterno)'**, su primer *hit*, el canal femenino ha crecido un 92% en esta franja, anotando una media del 2,3% de *share* el pasado octubre frente al 1,2% en octubre de 2018

Títulos como **'Erkenci Kus (Pájaro soñador)'** (3,1% de *share*), **'Kara Sevda (Amor eterno)'** y **'Sühan: Venganza y amor'** (ambos con un 2,8%), entre otros, han contribuido al éxito del **'fenómeno turco'** en Divinity

En *timeshift*, las ficciones otomanas del sello **'Te como a series'** son las emisiones más vistas en diferido en Divinity, siendo dos capítulos de **'Erkenci Kus (Pájaro soñador)'** los que ocupan los primeros puestos del *ranking*

Las series turcas arrasan también en multiplataforma: acumulan en el presente año más de 65,8 millones de vídeos en Mitele y suponen un 23% sobre el consumo VOD de la plataforma

En octubre de 2018, **'Kara Sevda (Amor eterno)'** llegó a Divinity **desatando la 'pasión turca'** entre los espectadores del canal femenino de Mediaset España. Meses después, culminó su andadura en el canal con un 2,8% de *share* y un 5,4% en mujeres de 16 a 44 años, convirtiéndose en el **primer gran hit de ficción otomana de Divinity**.

Inauguró **'Te como a series'**, el **sello temático de ficciones de larga duración** de Divinity, al que paulatinamente se sumaron otras grandes historias de amor: **'Sühan: Venganza y amor'**, **'Stiletto Vendetta'**, **'Erkenci Kus (Pájaro soñador)'**, **'Amor en blanco y negro (Siyah Bez Ask)'**, **'Kuzey Güney: Dos hermanos y un mismo amor'**, **'İçerde: Nada es lo que parece'**, **'Te alquilo mi amor (Kiralik Aşk)'**, **'Dolunay (Luna llena)'** y **'No sueltes mi mano (Elimi Birakma)'**.

Las **series turcas de Divinity** se han convertido en un **éxito 360º** en España: desatan un **extraordinario seguimiento tanto en su emisión lineal como en diferido** registran un **arrollador consumo multiplataforma** a través de Mitele y son un **fenómeno en redes sociales**.

Sergio Calderón, director de Divinity, afirma que **"en tiempo récord, nuestro romance con los espectadores más 'divinos' se ha construido de modo extraordinario: con eventos de programación apadrinados por la líder Telecinco, elevando a una serie diaria de un canal temático a categoría de premier**

exclusiva. La historia de Nihan y Kemal o de Can y Sanem son sólo el comienzo del álbum que coleccionamos en la enorme ‘nube’ de telemomentos de este 2019. Unas páginas que contienen poderosas imágenes de actrices y actores de un star system construido en Divinity, el canal femenino líder en target objetivo durante sus casi nueve años de existencia y traspasado, con enorme éxito después, a la pantalla de nuestra OTT Mitele PLUS”.

Títulos como ‘Erkenci Kus (Pájaro soñador)’, ‘Te alquilo mi amor (Kiralik Aşk)’ y ‘Dolunay (Luna llena)’ sitúan a **Divinity** como el **gran referente de la comedia romántica** en nuestro país, un género por el que seguirá apostando con **nuevas ficciones**, como ‘Inadina Ask’ y ‘We all fall in love (Hangimiz Sevmedik)’, protagonizadas por **Can Yaman**, el actor televisivo del momento, y que el canal estrenará próximamente.

“Seguiremos innovando y cuidando, latido a latido, la comunicación diaria del género, aplicando atractivas técnicas de marketing y autopromoción en todos los soportes posibles y demostrando, aunque hayan transcurrido ya años de su llegada, que la telenovela es un producto genuino que seduce a una audiencia circular en televisión lineal e internet asociada a Divinity. Porque solo con ese ADN de nuestro inconfundible ‘rosa’, podremos seguir fabricando ese amor infinito que un día sellamos a la orilla del Bósforo, en la mágica Estambul”, explica el director del canal femenino del grupo.

Divinity crece un 92% en la franja de tarde en un año

La apuesta por la ficción turca ha contribuido decididamente al **crecimiento exponencial de Divinity en la franja de tarde** (de lunes a viernes): ha pasado del 1,2% de *share* en octubre de 2018 a un **2,3% en octubre de 2019** con un **incremento del 92%**, frente a la evolución decreciente de Nova (un 2,8% en octubre de 2018 y un 2,2% en octubre de 2019).

El pasado octubre, el canal femenino se impuso a su competidor tanto en **target comercial (2,9% vs. 2,6%)** como en **mujeres de 16 a 44 años (5% vs. 3%)**.

En el *ranking* de ficciones de mayor éxito del canal se sitúan: ‘**Erkenci Kus (Pájaro soñador)**’ en primer lugar con un **3,1% de cuota de pantalla**; ‘**Kara Sevda (Amor eterno)**’ y ‘**Sühan: Venganza y amor**’, ambas en el segundo puesto con un **2,8% de share**; y ‘**Dolunay (Luna llena)**’, que ocupa la tercera posición con un promedio acumulado del **2,6%**. Además, ‘**Te alquilo mi amor (Kiralik Aşk)**’ se convirtió en el **mejor estreno de una telenovela** en la cadena con un registro del **2,8%**.

El ‘tsunami turco’ ha llegado también a la **lista de las 20 emisiones más vistas del canal femenino en días laborables en el presente año**, en la que ‘**Kara Sevda (Amor eterno)**’ acapara **siete emisiones**.

Asimismo, las ficciones otomanas registran en 2019 un excelente resultado en *timeshift*, situándose cada mes entre las 20 emisiones más seguidas de los televisores temáticas. **En Divinity, dos entregas de ‘Erkenci Kus (Pájaro soñador)’ encabezan el ranking del consumo en diferido**, las del 8 de abril y 18 de octubre de 2019, que registraron 84.000 espectadores, respectivamente.

Las series turcas de Divinity, un éxito también en multiplataforma

Además de los espectadores, los usuarios de internet se han rendido incondicionalmente a la **escogida oferta de ficción otomana de Divinity**. Así lo demuestran los más de **65,8 millones de vídeos en Mitele**, que suponen un **23% sobre el consumo VOD de la plataforma** y **‘Erkenci Kus (Pájaro soñador)** y **‘Kara Sevda (Amor eterno)’**, que con 18,9 y 18 millones de vídeos reproducidos, son **el tercer y el cuarto puesto de contenido con más reproducciones de vídeo íntegro** en 2019, tan solo superados por ‘La que se avecina’ y ‘Mujeres y Hombres y Viceversa’)* (Fuente. Adobe Analytics).