SÁLVAME

LA MARCA “SÁLVAME” imbatible en la TARDE

- La marca “SÁLVAME” consolida a TELECINCO como la cadena preferida de la tarde, un baluarte que defiende día a día con una solvencia absoluta: +56% de audiencia que ANTENA 3.

- Una oferta de entretenimiento que cautiva a los principales grupos demográficos: en RCH se distancia de Antena 3 a un +76% y en el target comercial ese dominio se dispara al +87% de audiencia.

- Pero además llega a los jóvenes de 16-34 años con una superioridad del +63%.

Franja “SÁLVAME”

Total Ind.	Adultos	RCH	TC	Jóvenes 16-34
18,1	18,7	21,0	17,8	16,5
11,5	11,9	11,9	9,5	10,1
57%	57%	76%	87%	63%

- Estos datos se apuntalan en el contacto diario con el programa que se sitúa sobre los 4 millones y la cobertura semanal del mismo por encima de los 12 millones de espectadores.

- “SÁLVAME TOMATE” lidera en su competencia directa con “PASAPALABRA” y se alza con una cuota del 18,2% (+9% de audiencia que ANTENA 3).

- La ventaja de nuestra oferta de entretenimiento se dispara en el target comercial (+44% de audiencia), con una afinidad TC/AD del 100 (superior a A3 en un 32%).

Franja “Pasapalabra”

Total Ind.	Adultos	RCH	TC	Jóvenes 16-34
18,2	18,8	21,1	18,8	17,5
16,7	17,3	17,1	13,1	14,2
9%	9%	23%	44%	23%

- Además muestra un +23% de audiencia tanto en RCH como en Jóvenes 16-34 años.

Kantar. %Share. 18-29 may’20

LA TARDE ONLINE también es para los DIRECTOS de MEDIASET

- SÁLVAME, con su tres ediciones diarias, brilla también en el consumo de directo online liderando el ranking de los programas más vistos de Mediaset con 2.5 millones de reproducciones de video y más de 335 mil navegadores únicos.

- El consumo SÁLVAME a través de las plataformas digitales crece un +41% respecto a abril y un +27% respecto a marzo siendo la edición de Sálvame Naranja la más vista en los tres meses.

Vídeos directos Sálvame
Vídeos vistos MM

Adobe Analytics, mayo 2020