

Madrid, 30 de septiembre de 2021

Mediaset España lidera septiembre con el mejor perfil de la televisión española

El grupo revalida su liderazgo en total individuos con un 27,3% y también en el segmento de los públicos centrales de mayor demanda entre las marcas, donde crece hasta un 29,4% con una distancia de 2,3 puntos sobre el segundo grupo audiovisual. Se amplía la brecha en jóvenes de 13 a 24 años (33,9%) a más de 10 puntos y de 25 a 34 (32,5%) con más de 4 puntos de diferencia.

Telecinco es líder en líder en público cualitativo con un 14,1%, 2 puntos más que el directo competidor.

Cuatro también confirma su destacada afinidad con ese *target*, donde crece hasta el 6% y gana a La Sexta en *prime time* por cuarto mes consecutivo.

En los dos últimos años y ante el nuevo entorno audiovisual, Mediaset España se ha marcado el **objetivo de retener y atraer al público más joven**, el más tentado por las nuevas ofertas. Así, ha dirigido la programación de sus canales de televisión convencional, especialmente Telecinco y Cuatro, hacia los públicos centrales más afines a los nuevos consumos -jóvenes y adultos jóvenes- con la idea de lograr el **mix más atractivo para la inversión publicitaria en televisión y digital**. El objetivo ha sido largamente alcanzado en 2021, gracias al holgado liderazgo en el perfil comercial acumulado de Telecinco del 15,8%, con una mejora de 1,7 puntos sobre el mismo periodo del año pasado, empujado especialmente por la acertada adquisición de la Eurocopa; Cuatro, por su parte, eleva su dato hasta el 6,1% en este segmento.

Como consecuencia de este propósito, **Telecinco lidera nuevamente septiembre en el segmento de público afín a la televisión privada** con un 14,1% de *share*, 2 puntos sobre su inmediato competidor, gracias a una oferta centrada mayoritariamente en la producción propia. Mediaset España mantiene su **propósito de atraer a los públicos más dinámicos**, con un modelo de televisión afín a sus espectadores objetivos frente a la oferta del directo competidor, que ha atraído a los públicos más maduros de la televisión actual. Se da la circunstancia de que además de estar consiguiendo este **posicionamiento único**, el grupo lidera la audiencia global en lo que va de año con un 28,5% de *share*, así como el canal principal, Telecinco, con un 15,3%.

Mediaset España, el grupo audiovisual más visto

Mediaset España cierra septiembre como el **grupo líder de audiencia** con una cuota de pantalla del 27,3%. En su **público objetivo**, jóvenes y adultos jóvenes de alta demanda comercial, evidencia una sólida hegemonía, mejorando su dato hasta el **29,4% de share** con una distancia de 2,3 puntos sobre el segundo grupo.

Esta victoria pivota sobre su liderazgo entre los jóvenes: escala hasta el **33,9% en la horquilla de 13 a 24 años**, a más de 10 puntos y medio de su competidor; **32,5% entre los de 25-34**, 4,2 puntos por delante; y **29,8% en 35-54 años**, 3,1 puntos más.

Mediaset España, con un 24,7% en **prime time**, también lidera el **target comercial del horario estelar con una conversión positiva que le sitúa en un 27,3%** en este segmento, 1 punto más que su competidor (26,3%).

Se impone además por casi 1 punto en **day time** con un 28,4% y **lidera los públicos más dinámicos de la franja con un 30,4%**, frente al 27,5% de su competidor.

Telecinco, líder del target comercial y los jóvenes

Telecinco evidencia un mes más un posicionamiento único entre las televisiones comerciales con un **14,1% en el público más demandado por los anunciantes**, segmento que lidera a 2 puntos de su canal competidor (12,1%). En el total día, concluye el mes con un 13,7%, 6 décimas más que en agosto, siendo la televisión más vista del **day time** con un 14,6% frente al 13,9% del directo competidor, fruto de su liderazgo en las franjas de mañana y la tarde, con un 16,0% y 15,4%, respectivamente. También se impone en el **late night** con un 14,5%.

Septiembre también confirma a Telecinco como **la cadena de mayor afinidad entre el público joven**, siendo la gran referencia de todos los **targets** menores de 54 años frente a su principal competidor, que evidencia un atractivo creciente entre los públicos más maduros. Mientras **Telecinco lidera en los tramos de 13-24 años** con un 13,3% vs. 10,5%, **25-34** con el 14,1% vs. 11,1% y **35-54**, un 14,3% vs. 11,7%), **Antena 3 logra el mayor beneplácito entre los espectadores de 55-64 años** con un 14,5% vs. 11,9% de Telecinco **y de 65 en adelante**, donde eleva su dato hasta el 17,5% frente al 14,7% de Telecinco.

Esta diferencia de públicos radica en sus respectivos **modelos de contenidos**: el de Telecinco basado en los **directos, la actualidad y entretenimiento a través de formatos de producción propia** que, en su mayoría, convierten en positivo sus cifras de total individuos a **target** comercial. El del directo competidor, por el contrario, con una conversión negativa tanto en la mayoría de sus formatos de producción propia como en su abultada oferta de telenovelas extranjeras, contenidos que encuentran su nicho mayoritario entre el público de menor peso a nivel comercial.

Cuatro, por delante de La Sexta en *prime time*

Cuatro es el otro gran puntal en la oferta cualitativa del grupo. La cadena, con un 5,1% en total individuos, ha vuelto a demostrar su excelente **perfil comercial** convirtiendo en positivo esta cifra hasta un **6% de share**.

Al igual que Telecinco, ha cumplido su objetivo de afinidad con los públicos jóvenes, **creciendo entre los de 13-24 años hasta el 5,3% frente al 4,5% de La Sexta y superando también a su competidora entre los de 25-34 años**, con un 6,2% frente al 5,6% de La Sexta.

La cadena se ha alzado con el liderazgo del horario estelar por cuarto mes consecutivo frente a su competidora, con un **5,5%** frente a un 5,3%, **y el late night con un 6,7%** frente al 4,8% de ésta.

Los públicos más dinámicos de la franja estelar han ratificado su predilección por la oferta de entretenimiento de Cuatro, escalando hasta el **6,5% en target comercial de prime time** frente al 6% de La Sexta.

Liderazgo de los canales temáticos con FDF y Energy en cabeza

Los **canales temáticos de Mediaset España lideran septiembre por 89º mes con un 8,4%**, frente al 6,9% de su grupo competidor. **Factoría de Ficción**, con un 2,5%, ha sido el **más visto** en total individuos y entre los **jóvenes de 13-24 años, con un 7,7%**, con el que se sitúa como la **tercera cadena en abierto** en ese segmento, y un 3,4% en *target* comercial. Le sigue **Energy** (2,3%) en tercer puesto, con un 2,6% en *target* comercial. Divinity, por su parte, ha alcanzado un 2,0% y BeMad un 0,6%. **Boing** (1%) vuelve a liderar de forma absoluta **el público infantil con un 11,5% en niños**.