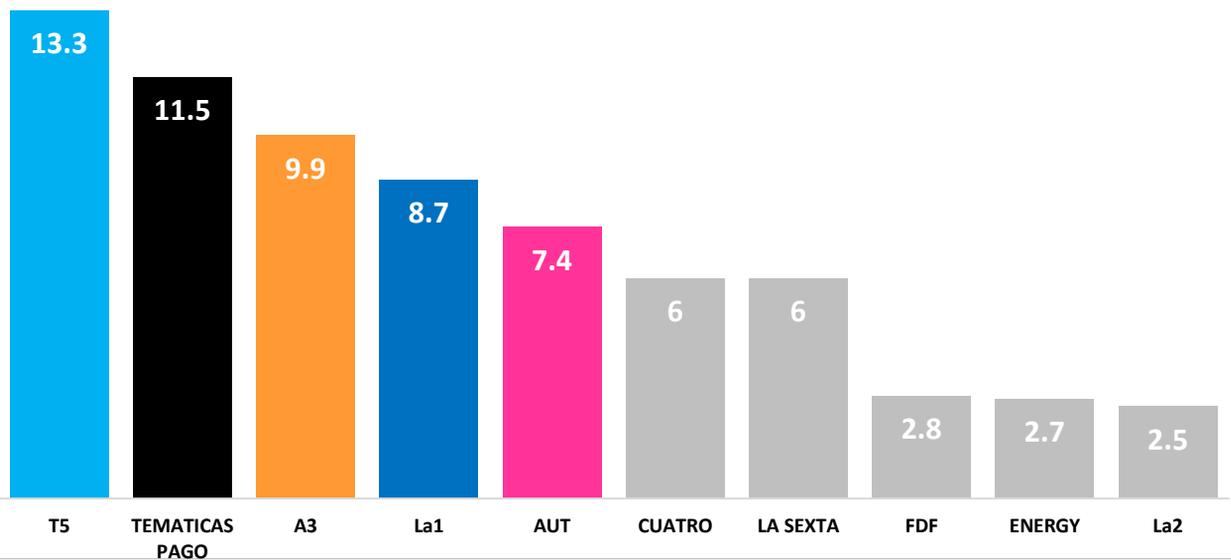


NACIONALES

- **LO MÁS VISTO:** ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA se convierte en lo más visto del sábado, reuniendo al 16.9% de la audiencia y 1.908.000 espectadores. Logra una fidelidad brutal del 66.9%, doblando prácticamente la media de la cadena en el día.
- **MINUTO DE ORO:** el Minuto De Oro de ayer fue para Telecinco a las 22:44 horas con el 18.2% de share y 2.695.000 espectadores durante SÁBADO DELUXE.
- **TELECINCO:** SÁBADO DELUXE se mantiene con respecto a la semana pasada liderando su franja con un 17.7% de share, 1.837.000 espectadores de media y rozando los 7 millones de contactos que entran a verlo en algún momento. Su fidelidad del 27.2% lo eleva un +33.4% por encima del canal. Con todo esto, el espacio de LA FÁBRICA DE LA TELE supone cerca del 40% de la audiencia de la cadena más vista del país.
- **LA1:** el estreno de la temporada 2 de PRODIGIOS firma un 9.4% de share, 1.241.000 espectadores y un 27.6% de fidelidad. Aún con estos datos mejora en +1.8 puntos el resultado de la franja del sábado pasado. Además, el espacio de ENDEMOL SHINE IBERIA supera en un +8.9% el resultado de la cadena en el día.
- **CUATRO:** JURASSIC PARK 3 continúa dando alegría a Cuatro firmando un 7.8% de cuota en prime time.
- **LASEXTA:** 6.9% de share, 732.000 espectadores, 5.608.000 contactos y 13.1% de fidelidad para LA SEXTA NOCHE. Además, supone 1/3 de la audiencia del canal en el día.

TOP 10 CADENAS

CUOTA%

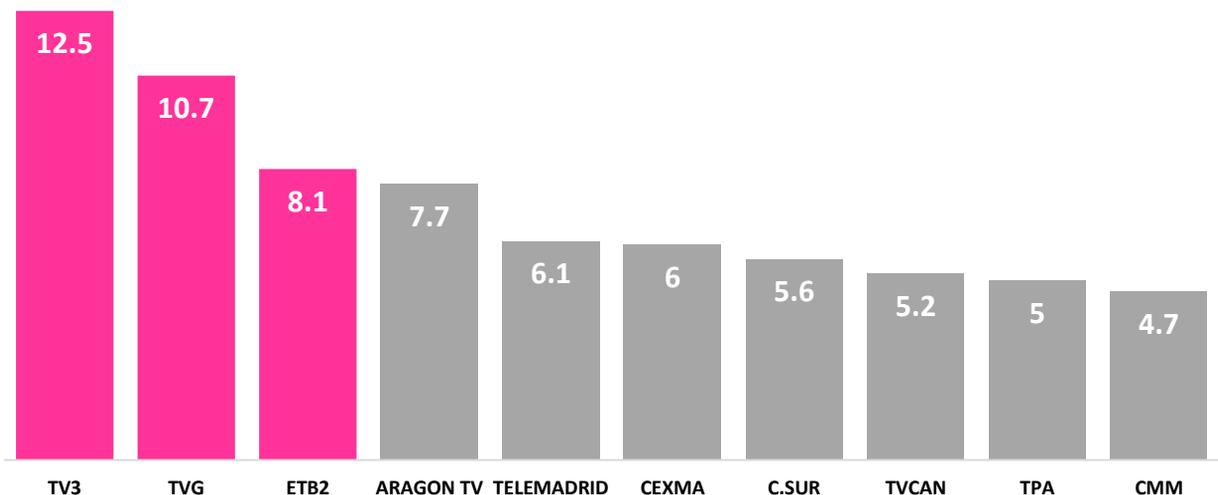


AUTONÓMICAS

- **TV3:** FAQs se convierte en el contenido no informativo más visto de TV3, liderando su franja de emisión con un más que notable 14.6% de share, 232.000 espectadores y un 24.9% de fidelidad. Obtiene plusvalías que rozan el +20% respecto al canal y además supone el 29.6% de su audiencia del día.
- **CMM:** el cine español se convierte en lo más visto de la autonómica manchega consiguiendo con OPERACIÓN PLUS ULTRA un 7.7% de share, 48.000 espectadores y un 47.4% de fidelidad.
- **ATV:** YO SE MÁS QUE TÚ lidera su franja de emisión en la autonómica aragonesa con un 12.8% de share, 40.000 espectadores y un 93.8% de fidelidad. Estos datos hacen que el concurso de ATV se mantenga un +66.4% por encima de la cadena en el día.
- **TVG:** BAMBOLEO sube 2 décimas al cosechar un 12.6% de share, 93.000 espectadores y un 36% de fidelidad. +17.6% de plusvalías respecto a su cadena de emisión. Aporta el 21.6% de la audiencia del canal en el día.
- **TELEMADRID:** 9.7% de share, 68.000 espectadores y un 43.7% de fidelidad para DE TODO CORAZÓN en las mañanas de la autonómica madrileña. Supera en un +59.5% la media del canal en el día y su media de edad es de 59 años.
- **TVCAN:** LA FINAL DE MURGAS destaca en el prime time de la autonómica canaria con un 7.2% de share y plusvalías del +38.5% respecto a la cadena. Supone el 45.3% de la audiencia de la tele canaria en el día.

TOP 10 AUTONÓMICAS

CUOTA%



CADENAS PAGO

- **MOVISTAR LA LIGA:** el partido de Liga Española entre Barcelona y Getafe se convierte en lo más visto del pago con un brutal 48.1% de share dentro del universo de las plataformas de pago. Triplica prácticamente la audiencia del canal en el día que, por supuesto, es el más visto con un 17.4% de cuota.
- **FOX:** cueca LOS SIMPSONS dentro del ránking de pago convirtiendo su episodio de sobremesa en lo más visto del canal con un 13.9% de share.
- **AXN:** muy bien por el cine de prime time de la 2ª cadena de SONY en España. AXN WHITE logra un 3.1% de share con el film SOLO TÚ a las 22 horas.
- **CALLE13:** 3.5% de share para el cine de tarde EL ENGAÑO. El film marca el mismo valor en COMERCIAL y obtiene unas plusvalías que rozan el +50% respecto a la cadena de NBC Universal.
- **FOX LIFE:** se convierte ayer en la 4ª cadena de pago más vista del país con un 2.7% de share. Destaca su cine de prime time (ADIVINA QUIEN) que logra un 3.8% de share en el segundo canal de FOX.
- **CANAL HOLLYWOOD:** muy buen 4.4% de share para el cine en prime time de la 2ª cadena de AMC NETWORKS en España. Sin embargo, este título (VENGANZA) no logra los mismos resultados en el target más atractivo para los anunciantes (4.6% de cuota).

TOP 10 PAGO

CUOTA% PAGO

