



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya

KANTAR MEDIA

SECTOR DE LA COMUNICACIÓN 12/09/2019





SECTOR COMUNICACIÓN


Apple TV+ se estrena con drama, ciencia ficción y series infantiles

Apple TV+ lanzará a partir del próximo 1 de noviembre en 100 países una decena de series, programas y documentales propios por cinco euros al mes. Este servicio se une a los contenidos en alquiler o compra que ya tenía la compañía. Entre las novedades de la plataforma se encuentra el estreno de la serie "The Morning Show", que aborda los entresijos de un programa de televisión matinal con Reese Witherspoon, Jennifer Aniston y Steve Carell. Otras de las ficción que ofrecerá son: "See", "Para toda la humanidad", "El escritor fantasma", "Helpsters" y una serie animada de Snoopy.



 **El País**, 12/09/2019, pág: 46

 **ABC**, 12/09/2019, pág: 70


 **Cinco Días**, 12/09/2019, pág: 2

Madrid saneó Telemadrid y la radio pública con 130 millones

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha planteado estudiar la viabilidad de Telemadrid y su rentabilidad. Estas declaraciones han provocado que el director general de la cadena autonómica, José Pablo López, haya solicitado comparecer en la Asamblea de Madrid para defender la labor del medio. Por otro lado, desde el Sindicato Independiente de comunicación y Difusión en la radio televisión pública aseguran que la última vez que se convocaron elecciones sindicales en Telemadrid fue en 2011. Por ello, exigen nuevos comicios.



 **El Economista**, 12/09/2019, pág: 2

 **La Razón**, 12/09/2019, pág: 35

 **@ ECONOMIADIGITAL.ES**, 12/09/2019

La audiencia de Atresmedia es la que mayor valor genera para las marcas

La división Worldpanel de Kantar ha realizado un estudio de cualificación de audiencia con el objetivo de entender las diferencias y similitudes en hábitos de compra entre los espectadores de los principales grupos televisivos. Para ello, se han creado dos grupos según el consumo de televisión que realizan los individuos, tratando de reunir en cada uno de ellos la audiencia más exclusiva y representativa posible de Atresmedia y Mediaset. Cada uno de estos dos grupos representa aproximadamente el 30% de la audiencia de Atresmedia y Mediaset.



@ **El Programa de la Publicidad**, 11/09/2019

@ **ANTENA 3 NOTICIAS**, 11/09/2019

@ **BLUPER.ELESPANOL.COM**, 11/09/2019

@ **EXCLUSIVADIGITAL.COM**, 11/09/2019

@ **MARKETING DIRECTO**, 11/09/2019

@ **PR NOTICIAS**, 11/09/2019

@ **DIARIO IPMARK**, 11/09/2019

El España-Polonia de baloncesto fue seguido por 2,1 millones de fieles

El encuentro disputado el pasado martes entre la selección española de baloncesto y la selección de Polonia, emitida en Cuatro en la sobremesa, congregó a 2,1 millones de espectadores y anotó un 16,6% de cuota de pantalla. Esta cifra es más baja que otros torneos, lo que muestra el descenso de consumo en general. Lo más visto del día fue "El Hormiguero", que sumó 2,5 millones de fieles u un 16,7% de share, seguido del informativo nocturno de Telecinco, con 2,3 millones de telespectadores. En el prime time lo más visto fue "Ven a cenar conmigo", en Telecinco, con 1,8 millones de fieles.



📰 **Diario de Cádiz**, 12/09/2019, pág: 61

@ **ANTENA 3 NOTICIAS**, 11/09/2019

Más de 4,6 millones de telespectadores siguieron en directo las tres etapas asturianas de La Vuelta

Según datos de Kantar Media, las tres etapas asturianas de La Vuelta han registrado una audiencia televisiva de 4.690.000 espectadores. La etapa del lunes, con salida en Pravia y meta el alto de la Cubilla en León, tuvo el final más seguido, al alcanzar los 2.086.000 de espectadores siendo líder de audiencia en su tramo de emisión. A la cobertura televisiva en directo hay que sumar la realizada por los 1.144 profesionales de 327 medios de comunicación acreditados en esta edición de la ronda española.



@ **MARCA**, 11/09/2019

@ **BOLSAMANIA**, 11/09/2019

@ **LA NUEVA ESPAÑA DIGITAL**, 11/09/2019

Martínez Peón, nuevo director de La Nueva España

Gonzalo Martínez Peón ha sido nombrado director de La Nueva España por el consejo de administración de Editorial Prensa Asturiana. Peón sustituirá a Ángeles Rivero, que ha sido ascendida a subdirectora general del rotativo. el objetivo de estos cambios es reforzar la estructura del periódico e impulsar la transformación digital que se está acometiendo para ofrecer respuesta a las nuevas necesidades de los lectores. Ambos nombramientos han sido anunciados por Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica.




 **El Periódico de Catalunya**, 12/09/2019, pág: 35

El regreso de The Face, la última gran revista musical

Quince años después la revista que fue fundada en Londres en 1980 por Nock Logan vuelve a la carga con fuerzas renovadas, una esperanzadora y valiente apuesta por la edición impresa y un equipo dispuesto a volver a ser la voz de las nuevas generaciones. La revista siguió de cerca los fenómenos del post-punk, el grunge, el trip-hop o el acidhouse. Alcanzó una tirada alrededor de cien mil ejemplares, pero durante la segunda mitad de los 90 hubo otras publicaciones que supieron reflejar mejor el auge del brit-pop.



 **ABC**, 12/09/2019, pág: 72

El presidente de WAN-IFRA, con los periodistas africanos

El presidente de HENNEO y de la asociación mundial de editores de prensa WAN-IFRA, Fernando de Yarza López-Madrado, ha entregado en Johannesburgo los Premios a los Medios de Comunicación Digitales de África. Este encuentro ha tenido lugar en el marco de una reunión que WAN-IFRA está llevando a cabo en dicha ciudad sudafricana, enfocada en la creatividad y en los nuevos modelos de negocio del periodismo digital en ese continente. El congreso concluirá hoy.



 **Heraldo de Aragón**, 12/09/2019, pág: 53

El cuatripartito designará a ocho de los 15 consejeros de la CARTV

El proceso de renovación de 15 de los 16 consejeros de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV), ha sido lanzado por la Junta de Portavoces de las Cortes. El resultado electoral del 26-M obliga a hacer cambios en el reparto de sus miembros entre los partidos. De este modo, el PSOE podrá elegir 5, el PP 3, Ciudadanos 2 y Podemos-Equo, CHA, Vox, PAR e IU, uno cada uno. Los partidos, a la hora de elegir los candidatos, deberán tener en cuenta el régimen de incompatibilidades que fija la ley.



 **Heraldo de Aragón**, 12/09/2019, pág: 4

Shine Iberia, la productora de 'Masterchef', vive su peor momento en España

La productora de "MasterChef" tiene el complicado reto de frenar la caída de espectadores en su formato estrella y presentar nuevos formatos competitivos con la finalidad de salir de la crisis de audiencia generalizada. La última edición de "MasterChef celebrity" emitida en otoño de 2018, marcó un 20,4% de media, lo que supone una pérdida de 3,1 puntos respecto a su primera y segunda temporada, ambas con un 23,5% de cuota de pantalla.



 @ EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, 11/09/2019

TVE adelanta "Viaje al centro de la tele"

Las nuevas entregas de "Viaje al centro de la tele" se emitirán los viernes a las 22:00 horas, en vez de a las 23:00 horas, como se venía haciendo hasta ahora. Santiago Segura, conductor del programa, había criticado en Twitter el horario elegido por TVE, aunque el día del estreno avanzó que podría haber un cambio de cara a futuras entregas. "Viaje al centro de la tele" aborda mañana la aparición en televisión de rostros conocidos como Alejandro Sanz, Bertín Osborne, Camilo Sesto, Nino Bravo, Ricky Martin, Shakira, Ana Rosa Quintana, Anne Igartiburu o Pérez- Reverte.



 **El Diario Vasco**, 12/09/2019, pág: 75


 **El Norte de Castilla**, 12/09/2019, pág: 61

 **La Verdad de Murcia**, 12/09/2019, pág: 61


Movistar estrena mañana "En el corredor de la muerte"


Movistar+ lanza mañana "En el corredor de la muerte", la ficción sobre Pablo Ibar, el español que cumple condena en EEUU. "Era una gran responsabilidad para mí porque interpreto a un personaje real que, además, está viviendo una situación límite", afirma Miguel Ángel Silvestre, que interpreta a Pablo Ibar. Por su parte, Carlos Marqués-Marcet, director de la ficción, asegura "me interesó mucho este thriller y drama judicial porque a Pablo le condenaron por unas imágenes. Yo vivo del cine y la televisión y nunca pensé que una imagen pudiese ajusticiar a nadie". El equipo estaba rodando las últimas secuencias cuando se conoció que Ibar era condenado a cadena perpetua.



 **El País**, 12/09/2019, pág: 46

 **La Vanguardia Vivir**, 12/09/2019, pág: 11

 **ABC**, 12/09/2019, pág: 69

 **La Razón**, 12/09/2019, pág: 62

 **El Diario Vasco**, 12/09/2019, pág: 74

 **El Norte de Castilla**, 12/09/2019, pág: 60

 **La Verdad de Murcia**, 12/09/2019, pág: 60

'Las del hockey' llevan su juego a Netflix

Tras los buenos datos de audiencia en su estreno en TV3 en el mes de abril, "Las del hockey" dará el salto internacional gracias a la plataforma Netflix el próximo 20 de septiembre. Ganadora del II Premio CIMA TV FesTval de Vitoria a la Igualdad por su enfoque joven, femenino y feminista de este deporte, sus seguidores esperan ya una segunda temporada que llegará en otoño de 2020. La ficción, producida por Brutal Media en colaboración con TV3, cuenta como protagonistas con las jugadoras Emma, Laila, Raquel, Flor, Lorena, Bera y Gina.



@ EL CORREO, 11/09/2019

"The Good Doctor" regresa a AXN

El próximo 8 de octubre a las 22:05 horas, el canal AXN estrenará la tercera temporada de la serie "The Good Doctor". La obra, protagonizada por Freddie Highmore, aborda la vida de Shaun Murphy, un joven cirujano residente con autismo y síndrome de Savant que llega al hospital St. Bonaventure para desarrollar su carrera profesional. Su único protector es el doctor Aaron Glassman, con quien se enfrenta al escepticismo y los prejuicios del equipo del hospital.



El Diario Vasco, 12/09/2019, pág: 75

El Norte de Castilla, 12/09/2019, pág: 61

La Verdad de Murcia, 12/09/2019, pág: 61



PUBLICIDAD

DMAX y CaixaBank lanzan la primera campaña publicitaria con tecnología Hybrid ADS

La campaña ha sido desarrollada con tecnología HYBRID ADS lanzada por DMAX de la mano de Pulsa en el mes de julio. La televisión híbrida se posiciona como el futuro del mercado publicitario al aunar las fortalezas de la publicidad tradicional en televisión con los beneficios que ofrece la publicidad en el entorno digital. La campaña ha alcanzado casi 39 GRP'S con una penetración del 16% del target de adultos.



@ NEOO.ES, 11/09/2019

@ El Programa de la Publicidad, 11/09/2019

@ MARKETINGNEWS.ES, 11/09/2019

Copyright Kantar Media, S.A.

Per donar-te de baixa d'aquest butlletí, fes-nos arribar la teva petició per mail a erodriguez@colpublirp.com