



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya

KANTAR MEDIA

SECTOR DE LA COMUNICACIÓN 13/09/2019



SECTOR COMUNICACIÓN

"GH VIP" gana a "MasterChef Celebrity" en el primer gran duelo televisivo de la temporada

El estreno de la séptima edición de "GH VIP" en Telecinco congregó a 2.529.000 espectadores y anotó un 24,6% de cuota de pantalla. El espacio, presentado por Jorge Javier Vázquez, registró su mejor dato en los últimos tres años, logrando el minuto de oro a las 23:21 horas, con 3.633.000 fieles y un share del 24,5%. Por su parte, el debut de la cuarta edición de "MasterChef Celebrity" en La 1 fue seguido por 2.142.000 personas y registró un 19,4% de cuota de pantalla. Por otro lado, según Mediaset, su nueva plataforma de pago ha duplicado las previsiones desde su lanzamiento. Además, la semana que viene debutará en la Champions, con los partidos Chelsea-Valencia, Borussia-Barcelona, PSG-Real Madrid y Atlético-Juventus.



-  **La Vanguardia Vivir**, 13/09/2019, pág: 11
-  **ABC**, 13/09/2019, pág: 92
-  @ **ABC**, 12/09/2019
-  @ **LAS PROVINCIAS DIGITAL**, 12/09/2019
-  @ **EL CORREO**, 12/09/2019
-  @ **LA VERDAD**, 12/09/2019
-  @ **PR NOTICIAS**, 12/09/2019
-  @ **BLUPER.ELESPANOL.COM**, 12/09/2019

La audiencia de Atresmedia, la más valorada por las marcas

La división Worldpanel de Kantar ha llevado a cabo un estudio de cualificación de audiencias con el propósito de entender las diferencias y similitudes en hábitos de compra entre los espectadores de los principales grupos televisivos. Según el informe, la audiencia de Atresmedia en las cuatro grandes categorías analizadas genera en total un 17,1% más de su valor, realizada un 4% más de viajes y gasta por persona un 2,3 más al año que los seguidores de Mediaset. Aunque las audiencias aceptan la subida de precios del último año, la de Atresmedia está dispuesta a pagar más, un 20% más en comparación con la media del mercado.



-  **La Razón**, 13/09/2019, pág: 70

Antena 3 Noticias 1, informativo líder de la Sobremesa con más de 2,1 millones de espectadores y el 17,6% de share

Antena 3 ha sido la cadena líder de la Sobremesa del miércoles con un 13,2% de cuota, mientras que laSexta lidera sobre su directa competidora con una ventaja de +1,9 puntos al registrar un 6,9% de cuota de pantalla. "Espejo Público" registró un share del 14,4% en la mañana de Antena 3 y lideró el Target Comercial (15,9%). Por su parte, Antena 3 Noticias 1 fue el informativo más visto de la Sobremesa al congregarse a más de 2,1 millones de espectadores y anotar un 17,6% de cuota de pantalla.



@ ANTENA 3 NOTICIAS, 12/09/2019

La filtración del sueldo del exministro Huerta motivó una investigación en la cúpula de TVE

Tras conocerse el sueldo que recibiría, Màxim Huerta, presentador del programa de La 1 de TVE "A partir de hoy" que asciende a 46.800 euros por dos meses de trabajo, en TVE se puso en marcha una investigación para intentar determinar de qué forma había trascendido esa información confidencial. En la resolución se ha afirmado que Huerta fue elegido por Catorce Comunicación, no por TVE, por lo que las retribuciones que recibe como presentador del programa son a través de su productora, sin que la televisión pública tenga prueba documental de su importe.



@ ELINDEPENDIENTE.COM, 12/09/2019

La Canal Sur 'del cambio' lidera la tarde 'con los de siempre'

Canal Sur lidera la tarde con Juan Y Medio, "Andalucía Directo" y el "Noticias 2". En concreto, "La tarde, aquí y ahora", presentado por Juan Y Medio, lideró este miércoles su franja horaria, al registrar una cuota de pantalla del 15,8% y reunir a 385.000 espectadores. Por su parte, "Andalucía directo" mejoró en casi tres puntos de share el día anterior y anotó una cuota del 17,3% y más de 725.000 fieles. "Cómetelo" obtuvo su máximo anual con una cuota de pantalla del 17,4% y una audiencia media de 267.000, mientras que el informativo de prime-time "Noticias 2" logró su mejor registro de la temporada con un share del 14,4% y 256.000 espectadores.



@ EXTRADIGITAL.ES, 12/09/2019

Marca conserva la segunda posición en el podio de diarios más leídos en Aragón

El segundo acumulado móvil de 2019 del Estudio General de Medios revela que Marca se mantiene como la segunda cabecera con más lectores en Aragón. El diario deportivo, con 62.800 lectores, sólo es superado en audiencia por Heraldo de Aragón, con 220.200 lectores. A nivel nacional, el periódico de Unidad Editorial se mantiene como el más leído, con algo más de 1,7 millones de seguidores. A pesar de ello, Marca pierde en Aragón 5.600 lectores en el último año y su audiencia desciende un 8,2%. Por su parte, As, su principal competidor, se recupera en la comunidad autónoma. Según el último EGM, es el único diario deportivo que gana seguidores en Aragón en los últimos doce meses. Su cifra de lectores sube el 14,7% hasta un total de 22.600.



 @ EXTRADIGITAL.ES, 12/09/2019

Crónica Global logra en agosto su mejor audiencia del último año

Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), Crónica Global ha registrado durante el pasado mes de agosto 3.127.377 usuarios únicos. Esta cifra es la mayor cosechada por este medio en el último año e implica un incremento del 2,06% respecto al mes anterior. Además, las cifras de audiencia de Crónica Global de este mes de agosto con respecto a las del mismo mes del año anterior suponen un aumento de 577.823 usuarios únicos, al pasar de 2.549.554 a los 3.127.377 usuarios únicos citados.




 @ CRONICAGLOBAL.ELESPANOL.COM, 12/09/2019

¿Maltrata Mediaset a Jesús Vázquez?

Tras emitirse en Telecinco durante el verano, el programa "Me quedo contigo" presentado por Jesús Vázquez, ha pasado a Cuatro. El espacio ha registrado un 1,6% de cuota de pantalla y 134.000 espectadores. El presentador estuvo el pasado mes de marzo al frente del talent culinario "Bake Off España" que tampoco registro buenos datos de audiencia. La cadena de Telecinco no ha contado con el para presentar "GH Vip 7" ni "Supervivientes: tierra de nadie".





 La Razón, 13/09/2019, pág: 70

Nueva adaptación de antenas de TV en 55.000 edificios

El próximo 18 de septiembre, un total de 226 municipios vascos comenzarán la adaptación de las instalaciones de recepción de televisión a las nuevas frecuencias de Televisión Digital Terrestre, que se llevará a cabo en los seis próximos meses. Las 25 localidades restantes, todas alavesas, se adaptarán en 2020. Más de 55.000 edificios en los que residen 1,7 millones de personas se verán afectados por los cambios. Desde el día 18 las cadenas de televisión emitirán simultáneamente y durante medio año a través de las antiguas y de las nuevas frecuencias.



 El Diario Vasco, 13/09/2019, pág: 86-87

 Deia, 13/09/2019, pág: 1,8-9

 Expansión País Vasco, 13/09/2019, pág: 14

 @ EXPANSIÓN, 12/09/2019

 @ EL CORREO, 12/09/2019

 @ DIARIOVASCO.COM, 12/09/2019

TVE "rejuvenece" sus programas para volver a estar entre los grandes

La corporación pública ha aumentado su apuesta por el entretenimiento y la ficción, con formatos como "Masterchef Celebrity" que consiguen mantener el tipo ante gigantes televisivos como "GH VIP". Además, La 1 de TVE que tiene la audiencia con más edad de las televisiones en abierto se ha propuesto para la nueva temporada captar a un público más joven. Para ello, la cadena ha modernizado por completo la imagen de sus programas, tales como "Corazón" o "A partir de hoy".



 @ ELESPANOL.COM, 13/09/2019

Twitter se indigna con la victoria de Laura Matamoros en "Ven a cenar conmigo"

"Ven a cenar conmigo: gourmet edition" ha dado el salto al prime time de Telecinco. Esta semana se jugaban el premio Rosa López, Francisco, Laura Matamoros, Aless Gibaja y Raquel Mosquera. La última cena tuvo lugar en casa de la hija de Kiko Matamoros. El paso de la hija del colaborador de "Sálvame" por el programa de Cuatro ha deteriorado la imagen de la influencer al mostrarse demasiado crítica con las elaboraciones culinarias de sus compañeros.



 @ AS.COM, 12/09/2019

DKiss estrena "Reformas en Boise"


Hoy a las 18:50 horas DKiss estrena "Reformas en Boise". Se trata del primero de los cuatro programas de reformas que tiene preparados para este mes. El próximo viernes, a las 17:00 estrenará "Súper casas de ocasión" y el lunes 23 llegarán "Reforma con Karen y Mina" a las 17:00 horas y "Flip or Flop: Nashville" a las 19:00 horas. La apuesta por esta programación está motivada por el gran incremento de audiencia en programas de este tipo de contenido, que supuso en el mes de agosto un aumento del 50% de los espectadores en el horario de tarde.



 **El Norte de Castilla**, 13/09/2019, pág: 69

 **La Verdad de Murcia**, 13/09/2019, pág: 65

 **El Diario Montañés**, 13/09/2019, pág: 73

 **Sur**, 13/09/2019, pág: 61




PUBLICIDAD

El sector del juego reclamará a Bruselas si se prohíbe su publicidad y no la de Loterías

El presidente de la patronal del sector Cejuego, Alejandro Landaluce, ha anunciado que el sector del juego acudirá a las autoridades europeas de competencia si una futura regulación de la publicidad de las apuestas online establece su prohibición y no la de anuncios de los productos de Loterías y Apuestas del Estado (Selae) de la ONCE. "Lo que se tiene que regular es la materia, el juego, no hacer distinciones entre privado y público".



 **Cinco Días**, 13/09/2019, pág: 14

La publicidad de prostitución y juego, vetada en el deporte

La ley del Deporte de Aragón se modificará ahora para prohibir específicamente cualquier publicidad sobre apuestas deportivas y negocios relacionados con la prostitución en el ámbito deportivo de la Comunidad. Ahora se especifica que afectará a las categorías deportivas "siempre y cuando la entidad tenga su domicilio social en Aragón y la competición, actividad o evento deportivo sea de ámbito local, provincial o autonómico.




 **Heraldo de Aragón**, 13/09/2019, pág: 4

Estrella Damm, premio Eficacia a la trayectoria de una marca

El Club de Jurados ha entregado a Estrella Damm el premio Eficacia a la trayectoria de una marca en reconocimiento a la innovación, estrategia y búsqueda de eficacia en sus campañas. El jurado ha premiado a la marca por la "construcción, coherencia, posicionamiento, innovación y sostenibilidad" de sus mensajes, así como por su capacidad de sorprender cada verano en sus anuncios.



 **ABC**, 13/09/2019, pág: 91

María Santos: "Ofrecemos un reto tecnológico que resulta muy atractivo para los profesionales"

Entrevista a la directora de RRHH de Marfeel, plataforma tecnológica especializada en publicidad para medios en soporte móvil. Creada en 2011, en estos ocho años la compañía ha crecido exponencialmente y ya cuenta con más de 150 empleados y oficinas en Barcelona y Nueva York. Santos explica en la entrevista la filosofía de trabajo del área de gestión de personas de esta start up que esta pasando de centrarse en la contratación a enfocarse en el aprendizaje.



 **Equipos&Talento Dossier**, 01/07/2019, pág: 1,16-18

Copyright **Kantar Media, S.A.**

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

