



Juntos, criamos a sua televisão

TVI – setembro 2014 liderança no entretenimento, informação, ficção e digital

Decorrido o mês de setembro, e com a informação disponível de vinte e nove dias, a TVI pode afirmar que garantiu a liderança do consumo de televisão em Portugal, pois de acordo com a GfK a estação registou um share líder de 23,5%, ocupando a segunda posição a SIC com 19,1% seguida da RTP1 na terceira posição com um share de 14,6%.

No horário nobre a TVI garantiu igualmente a primeira posição com uma quota ainda mais expressiva ao registar 27,8%, ou seja uma vantagem de 3,1 pp de share sobre o canal no segundo lugar, a SIC, que registou 24,7%, seguida da RTP1 com 13,4%.

Neste mês a TVI foi a estação mais vista em todos os dias do mês (100%) e no prime-time a estação venceu em 69% dos dias.

No que respeita ao principal target comercial, indivíduos Adultos (15 e + anos) a TVI obteve um share ainda mais elevado tendo no total do dia 24,4% e no horário nobre 28,3%.

Informação:

Os jornais da TVI registaram a máxima preferência dos portugueses, liderando com o “Jornal da Uma” (657 mil espectadores), share de 26,2% e com o “Jornal das 8” que obteve (1 milhão e 128 mil espectadores), share de 26,6%. Aos domingos Marcelo Rebelo de Sousa garantiu a primeira posição entre os comentadores políticos da televisão, com uma audiência média de 1 milhão e 356 mil espectadores e 29,8% de share.

Durante este mês realizaram-se três debates entre os dois candidatos às primárias do Partido Socialista, António Costa e António José Seguro. Na análise das audiências obtidas pelas três transmissões, verifica-se que a emissão da TVI obteve a audiência mais elevada com um valor médio de 1 milhão e 505 mil indivíduos (share de 32,8%), ficando em segundo lugar a transmissão na SIC com 1 milhão e 199 mil (25,1%) e por fim a transmissão da RTP1 com 985 mil espectadores (20,5%).

Entretenimento:

“Dança com as Estrelas”, confirmou-se como o grande formato de entretenimento teve uma média de 1 milhão e 422 mil indivíduos e um share de 34,5% por cada emissão. Este formato, também liderou nos targets comerciais perante os programas da concorrência: em adultos (34,9%) e ABCD 15_54 anos (28,5%).

A estreia da quinta série da “Casa dos Segredos” obteve a liderança absoluta das noites de domingo: uma audiência média 1 milhão e 580 mil espectadores e um share líder de 38,7%. Dentro do habitual a performance desta emissão foi extremamente forte nos targets comerciais ADULTOS (38,6% sh.) e ABCD 15_54 anos (35,3%). A segunda gala liderou igualmente perante a concorrência.

O “Diário” liderou na cabeça do prime-time (21:30) com um share de 26,2% sendo que, ao longo da primeira semana as estimativas de audiência indicam que 5,9 milhões de portugueses já passaram por este “Secret Story” (apenas programas emitidos entre as dezanove e as vinte e quatro horas).

“Você na TV”, “A Tarde é Sua” e “Somos Portugal” continuam a obter a preferência máxima dos portugueses (“Você na TV” registou uma audiência média diária de 415 mil espectadores correspondendo a um share de 28,8%, “A Tarde é Sua” registou 350 mil espectadores e um share líder de 19,9% e “Somos Portugal” obteve uma audiência de 669 mil indivíduos e 22,6% de share).

Ficção:

Este mês a estreia de “Jardins Proibidos” registou uma audiência de 1 milhão e 284 mil espectadores e um share de 27,8%. Já na reta final a novela “O Beijo do Escorpião” registou uma audiência média de 1 milhão e 300 mil espectadores e ao final da noite a novela “Mulheres” obteve 26,1% de share com base numa audiência regular de 781 mil indivíduos.

O último episódio da novela “Belmonte”, transmitida a 5 de setembro, obteve uma audiência média de 1 milhão e 439 mil indivíduos, o que levou a uma quota de mercado de 37,9%.

Digital:

Sempre na vanguarda da inovação, a TVI mantém através da Media Capital Digital uma forte presença nas componentes digitais de comunicação, e orgulha-se de ser a líder nas redes sociais portuguesas de televisão. Em valor acrescentado, esta posição é conseguida com públicos mais dinâmicos, jovens e de elevada qualificação nos targets comerciais.

Neste mês de setembro de 2014, as estimativas com base no Netscope, indicam que o site da TVI possa ter atingido pelo menos 7 milhões e 750 mil visitas ou seja, um acréscimo de 32% de tráfego face ao mês anterior, garantindo-se assim o primeiro lugar no TOP Sites TV.

No detalhe da adesão destes consumidores, verifica-se que o conjunto dos sites específicos dedicados à oferta de televisiva de ficção – “O Beijo do Escorpião”, “Jardins Proibidos”, “Mulheres” e “Belmonte” - tenham gerado 4 milhões e 715 mil pageviews.

Neste mês a estreia da quinta edição do “Secret Story” gerou em nove dias um recorde de 12 milhões de page views sendo que na app específica deste programa estão registados 200 mil espectadores os quais geraram um adicional de 5,6 milhões de page views, perfazendo-se assim um total de 17,5 milhões de page views apenas para a versão digital do “Secret Story”.