



TVI – O canal preferido dos portugueses no mês de Outubro

Em outubro, a TVI liderou de novo o consumo de televisão, de acordo com a Marktest/Kantar Media, registrando uma quota líder de 26,3% do consumo em total TV. Com este resultado a TVI mantém a liderança no dia e de forma consecutiva nos últimos 75 meses.

No horário nobre (20-24 horas), a TVI manteve a liderança consecutiva que mantém desde 2001, sendo que neste mês obteve uma quota média de 29,1% em total de indivíduos, ocupando a segunda posição a SIC com 26,2% (3 pontos percentuais abaixo), seguida da RTP1 com 15,5%.

Também no sistema de audiência da GfK/CAEM a TVI confirma-se como o canal mais visto em outubro quer no total do dia, quer em prime-time.

Na ficção nacional este mês é de dupla satisfação: a estreia do canal de ficção da TVI e também uma nova novela ao final da tarde de segunda a sexta-feira. Relativamente ao novo canal “**TVI Ficção**”, que teve o seu início a 15 de outubro, os primeiros indicadores deste canal temático fazem prever uma conquista segura do segmento de público que pretende e reconhece a ficção nacional: distribuído em exclusivo na plataforma MEO, neste momento este canal apresenta uma audiência total de 210 mil consumidores diários e uma quota diária de 0,4% nos lares Audicabo.

Na TVI, ao final da tarde estreou no dia 24 a novela “**Doida por Ti**” uma história original da autoria de Maria João Mira: exibida de segunda a sexta-feira no horário das 19 horas a novela apresenta uma quota média de 23,7% com 680 mil espectadores em média por episódio (em Dona de Casa a quota é de 24,3%).

Em outubro o entretenimento ligeiro da TVI manteve valores muito significativos de penetração: “**Você na TV**” mantém-se como o programa matinal mais visto (34,4% de share, reforçando sobre o mês anterior) e a “**Tarde é Sua**” mantém-se em posição de destaque com uma quota média em outubro de 19,7%. Aos domingos à tarde “**Somos Portugal**” continua a

correr o país e as 4 emissões do mês obtiveram um share de 31,4% com base em 797 mil espectadores regulares.

A terceira edição da **“Casa dos Segredos”** continua a obter uma preferência máxima com a gala de domingo à noite a liderar de forma avassaladora: 41,2% de share (concorrência regista 15,4% no mesmo horário) e uma audiência média de 1 milhão e 200 mil consumidores.

Criado como oferta complementar deste tipo de entretenimento, o canal **“Secret Story”**, transmitido em exclusivo na plataforma MEO, apresentou em outubro um share de audiência de 1,7%, uma audiência média diária de 18 mil consumidores, uma audiência total diária de 457 mil indivíduos e ocupando a 9ª posição entre os mais vistos na plataforma cabo/iptv.

O “Jornal das 8” liderou com uma audiência média de 1 milhão e 41 mil espectadores e 27,6% de quota de audiência.

Ao domingo, o “Jornal das 8” com Marcelo Rebelo de Sousa, obtém uma quota de audiência média de 35,8% o que corresponde a 1 milhão e 400 mil espectadores por emissão, melhorando sobre o mês anterior.

TVI24 – CONFIRMA MELHOR RESULTADO

No mês de outubro, a TVI24 voltou de novo a melhorar a sua penetração desde que estreou em fevereiro de 2009: este canal de notícias obteve uma quota média de 1,5% no total do dia e, pelo segundo mês consecutivo, uma audiência total diária superior a 1 milhão de indivíduos.

Destaque adicional para o fato de em prime-time (nestes canais das 19 às 25 horas) a quota obtida permitir uma ligeira vantagem da TVI24 perante a RTP Informação, ocupando assim a segunda posição entre estes canais.

Neste mês o destaque vai para a emissão televisiva do **“Governo Sombra”** em parceria conjunta com a TSF: as quatro emissões do mês registaram uma audiência média de 68 mil indivíduos um share 3,2% (afinidade de 127 nos indivíduos ABC1 25_54 anos). Destaque igualmente para a cobertura das eleições regionais dos Açores, em que o especial da TVI24 obteve uma audiência total de 465 mil consumidores.

No ranking dos programas mais vistos do mês destacam-se **“Olhos nos Olhos”** (155 mil espectadores, share de 3,8%, e juntamente com as notícias das 22 horas este e o programa com índices de afinidade mais elevados junto dos ABC1 25_54 anos), os programas resumo da

“Champions League” (104 mil espectadores à quarta-feira e 98 mil à terça-feira), “Nem mais nem Menos (73 mil), “Prolongamento (51 mil), “Política Mesmo” (50 mil) e “Mais Futebol” (44 mil consumidores).

ALL-DAY	OUTUBRO	Ano 2012 *
RTP1	17,9	18,7
RTP2	2,7	3,6
SIC	22,2	21,7
TVI	26,3	26,6
Cabo/Outros	30,9	29,5

PRIME-TIME	OUTUBRO	Ano 2012 *
RTP1	15,5	17,2
RTP2	2,7	3,3
SIC	26,2	24,1
TVI	29,1	30,2
Cabo/Outros	26,6	25,3

Fonte: * Ano 2012 Janeiro a Outubro, Marktest Audimetria/Kantar Media, mercado canais generalistas e temáticos

Total TV				Share Canais Notícias Portugueses			
	SIC Not	RTP Inf	TVI24		SIC Not	RTP Inf	TVI24
ALL-DAY	3,7	1,6	1,5	ALL-DAY	54,3	23,7	22,0
PRIME-TIME	3,1	1,4	1,4	PRIME-TIME	52,6	23,1	24,3

Fonte: Marktest Audimetria/Kantar Media, audicabo canais generalistas e temáticos e mercado canais notícias