



TVI reafirma a sua liderança em novembro

A um dia do término do mês de novembro, a TVI pode afirmar que liderou de novo o consumo de televisão, já que de acordo com a Marktest/Kantar Media a estação regista em novembro uma quota líder de 27,2% do consumo em total TV. Imediatamente abaixo, está a SIC, com 22,3% de quota e na terceira posição encontra-se a RTP1 com 17,9% de quota.

Com este resultado a TVI mantém a liderança no dia e, de forma consecutiva, nos últimos 76 meses, liderança essa que se mantém também no horário nobre.

ALL-DAY	NOVEMBRO	Ano 2012
RTP1	17.9	18.8
RTP2	2.5	3.7
SIC	22.3	21.6
TVI	27.2	26.6
Cabo/Outros	30.1	29.3

PRIME-TIME	NOVEMBRO	Ano 2012
RTP1	14.5	17.4
RTP2	2.5	3.3
SIC	26.7	23.8
TVI	29.4	30.3
Cabo/Outros	27.0	25.2

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

Das 20h às 24 horas, o resultado da TVI manteve a liderança consecutiva que mantém desde 2001, sendo que no mês que agora termina a estação obteve uma quota média de 29,4% em total de indivíduos.

A leitura dos dados anuais até novembro indica que a TVI vai ser o canal mais visto da televisão portuguesa em 2012 com uma quota de audiência corrente para os 11 meses de 26,6% no total do dia e em prime-time também vai liderar com 30,1%.

Destaque para a terceira edição da **“Casa dos Segredos”** em que as galas de domingo, obtiveram uma audiência média de 1,3 milhões de consumidores com uma quota líder de 42,7%. Em Donas de Casa o programa registou neste mês 41,5% e em indivíduos ABC1 25_54 obteve 28,6%. Até ao momento foram emitidas 11 galas, as quais registam uma quota média de 42,7% (1,290 mil indivíduos por emissão).

A informação da TVI confirmar-se em novembro como a primeira escolha dos portugueses: liderou nos dois principais horários neste mês, no **“Jornal da Uma”** com uma audiência média de 535 mil espectadores e no **“Jornal da 8”** com 1 milhão e cem mil espectadores regulares, ou seja a melhor audiência média do ano de 2012.

O **“Jornal das 8”** de domingo, obteve como sempre uma elevada penetração, com 1,4 milhões de seguidores em valor médio mês (segundo melhor resultado do ano depois do verificado em outubro passado).

POSIÇÃO	ALMOÇO	Canal	Espectadores	Share%
1	JORNAL DA UMA	TVI	535.670	28.3
2	JORNAL DA TARDE	RTP1	529.610	26.4
3	PRIMEIRO JORNAL	SIC	500.020	26.0

POSIÇÃO	JANTAR		Espectadores	Share%
1	JORNAL DAS 8	TVI	1,111.660	28.0
2	JORNAL DA NOITE	SIC	1,063.530	26.7
3	TELEJORNAL	RTP1	900.830	22.8

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

Na atualidade informativa o grande destaque vai para a transmissão da **entrevista a Passos Coelho**. Conduzida por Judite Sousa e José Alberto Carvalho, esta entrevista obteve uma audiência média de 1 milhão e 443 mil espectadores (adultos 1,3 milhões de indivíduos), convertendo-se na entrevista mais vista do Primeiro-ministro no período de governação atual.

De igual relevância foi a transmissão dos dois especiais sob o título **“O Toque de Mourinho”** que registaram uma audiência média de 1 milhão e cem mil espectadores (26,5% de share).

Neste mês também a **“Champions League”** continuou a marcar presença na grelha da estação e os jogos transmitidos (envolvendo o FC Porto e o SL Benfica) obtiveram uma audiência média de 1,6 milhões de adeptos e 38% de quota de audiência.

Até ao momento para este campeonato (“o melhor do mundo”) apresenta uma audiência média de 1 milhão e seiscentos mil espetadores com uma quota de 40% em total de indivíduos e 49,5% no género masculino.

No capítulo da ficção a oferta da TVI mantém a força conhecida e reconhecida pelos espectadores portugueses: correntemente a estação está a emitir duas ficções longas no horário nobre, **“Louco Amor”** e **“Doce Tentação”** que registam valores muito elevados de penetração: 31,3% e 27,2% de quota de

audiência respetivamente. Ao final da tarde a estação iniciou a transmissão da novela **“Doida por Ti”** a qual regista uma audiência média de 726 mil indivíduos e 23,1% de quota de audiência.

Considerando o universo dos canais TVI emitidos através das plataformas de lares com subscrição, o canal **“TVI Secret Story”** manteve uma presença relevante na 11ª posição e uma quota global de 1,4% e o canal **“TVI Ficção”** registou no primeiro mês completo de emissão uma quota de 0,4%, também no total do dia.



Pelo segundo mês consecutivo a TVI24 reforça os seus melhores resultados

Pelo segundo mês consecutivo a TVI24 reforça os seus melhores resultados. Este canal obteve uma quota média de 1,4% no total do dia uma audiência total diária superior a 1 milhão de indivíduos.

Quando comparada com a sua concorrência mais direta no mês de novembro, a TVI24 obtém uma quota de 23,7% no total do dia e 26,9% em prime-time (reforçando ambos os horários) também na comparação com os outros dois canais de informação noticiosa nacional.

Total TV				Share Canais Notícias Portugueses			
	SIC Not	RTP Inf	TVI24		SIC Not	RTP Inf	TVI24
ALL-DAY	3.2	1.4	1.4	ALL-DAY	53.7	22.6	23.7
PRIME-TIME	2.9	1.2	1.5	PRIME-TIME	51.6	21.5	26.9

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

Na quota direta entre todo o universo de canais distribuídos nos lares com subscrição, a TVI24 ultrapassa claramente a RTP Informação, com uma relevância em prime-time de 1,5% e no total do dia com 1,4 (faz parte do Top 10 dos canais mais vistos neste tipo de lares).

Neste mês a preferência dos espectadores da TVI24 dividiu-se de forma mais visível entre os programas de debate político/económico e os programas de desporto.

A emissão da **“Champions League”** no seu resumo de quarta-feira, foi o programa mais visto no mês das 19 às 25 horas entre todos os canais de notícias com uma audiência média 126 mil espectadores (4,8% de share). Logo de seguida vem a emissão de terça-feira deste campeonato com 116 mil e 4,4% de quota de audiência.

Num outro plano de interesse seguem-se **“Olhos nos Olhos”** neste momento um grande clássico do debate e esclarecimento de matérias de economia, com Judite Sousa, Medina Carreira e os seus convidados a obterem 103 mil espectadores em média (3,4%) e também o comentário de Marques

Mendes em “Nem mais Nem Menos” com 83 mil espectadores (3% e 224 mil espectadores de audiência total).

Também “**Mais Futebol**” e “**Prolongamento**” (58 mil e 46 mil respetivamente) mantiveram posição relevante na preferência dos espectadores.

Num outro foco de atenção e sátira política, “**Governo Sombra**” continua com elevada visibilidade com 65 mil consumidores em média e uma audiência total de 180 mil espectadores.

Em resumo global do portfólio dos canais da TVI verifica-se no total do universo (lares com e sem subscrição) uma quota acumulada mensal de 29,5% no total do dia e em prime-time das 20 às 24 horas 31,4% também de share em total de indivíduos.