



TVI24 festeja aniversário

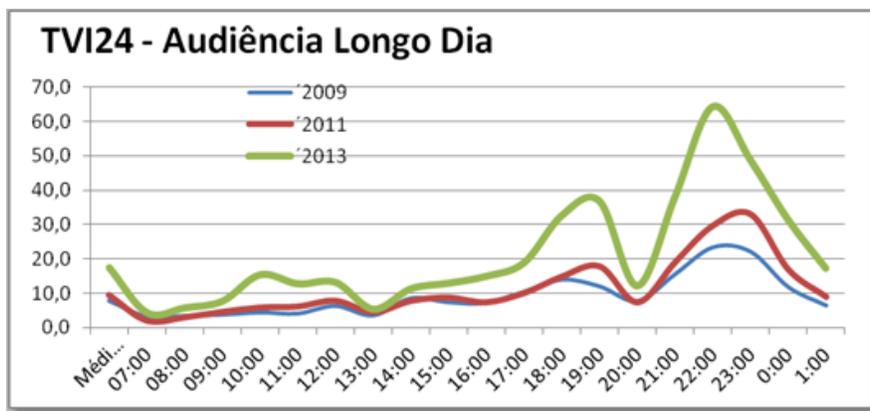
No mês de fevereiro, a TVI24 festejou os seus primeiros 4 anos de vida e existem razões adicionais para celebrar também na audiência do canal.

De acordo com a Marktest/Kantar Media a **TVI24 igualou o seu melhor resultado que já havia obtido no mês anterior**, ao registar uma quota de audiência de **1,5%** no total do dia e igual valor no período nobre de consumo de notícias, entre as 19 e as 25 horas. **Na observação do conjunto dos canais de notícias portugueses, verifica-se que a TVI24 tem uma quota de audiência de 24,1% no total do dia e no período nobre regista um valor superior de 26,2%.**

Mercado Lares com subscrição			Share Canais Notícias Portugueses				
	SIC Not	RTP Inf.	TVI24		SIC Not	RTP Inf.	TVI24
ALL-DAY	3.2	1.4	1.5	ALL-DAY	52.7	23.2	24.1
PRIME-TIME	2.9	1.3	1.5	PRIME-TIME	50.9	22.9	26.2

Fonte: Marktest Audimetria/Kantar Media, mercado canais lares cabo/iptv (audicabo)

Em termos homólogos, este mês de fevereiro é o melhor da estação com um acréscimo de 10% sobre a audiência obtida em 2012. Neste momento a TVI24 cativa mais de 1 milhão de consumidores por dia em audiência total, e do ponto de vista de audiência média 18 mil consumidores, duplicando sensivelmente o valor relativo ao primeiro ano de vida. Na representação gráfica é possível reconhecer os acréscimos de audiência do canal obtidos nos primeiros 2 meses de 2013 por comparação com anos anteriores.



Fonte: Marktest Audimetria/Kantar Media, mercado canais lares cabo/iptv (audicabo)

Esta consistência de resultados resulta de uma nova proposta de estrutura de grelha iniciada em Setembro de 2012, com vários pressupostos de base: clareza de informação a horas certas, sempre com jornais de desenvolvimento noticioso, um conjunto de jornalistas e comentadores de reconhecimento e influência na sociedade portuguesa, a atenção máxima aos grandes acontecimentos noticiosos e um fundamento no conteúdo noticioso desportivo aproveitando as sinergias estabelecidas com o canal principal, sempre numa lógica de aprofundamento da notícia relevante para o espectador português.

São exemplo no mês de fevereiro os programas mais vistos do canal: “Olhos nos Olhos” (114 mil espectadores em média), “Champions League” (145 mil à quarta e 107 mil na terça-feira) e “Nem mais Nem menos” um spin-off de “Política Mesmo” (136 mil). Surgem ainda “Prolongamento” (79 mil), “Mais Futebol” (78 mil), “4-4-1” (60 mil), “Política Mesmo” (55 mil), “Governo Sombra” (49 mil), fechando com “Prova dos 9” (47 mil espectadores fiéis por emissão no mês de fevereiro).



Dentro desta nova geração de canais, iniciou no final de 2012 o canal “TVI Ficção”, um canal temático com a ficção da TVI e distribuição exclusiva através da plataforma MEO e já em 2013 foi a vez de chegar o canal “+TVI” também um canal temático de vocação de entretenimento e grandes formatos internacionais com distribuição exclusiva através da plataforma da ZON.

Ainda em início de atividade, e com diferenças significativas nas bases de audiência comparada com os canais da concorrência, estes dois canais apresentam valores de um jovem canal, com um contato diário de 324 mil consumidores diários para o TVI Ficção e uma quota de audiência em lares com subscrição de 0,8% no mês de fevereiro. Para o “+TVI” o consumo diário está em 176 mil espectadores, com uma quota de audiência de 0,2% nos lares com cabo.

Na totalidade do mês de fevereiro, o conjunto dos três canais de cabo apresentam uma quota de audiência combinada de 2,5% em total de indivíduos.