

#TELECINCO30AÑOS
imparables



**UN ARRANQUE
PROMETEDOR**

1990

1994

**LA
CONSOLIDACIÓN**

1995

1999

**EL
LIDERAZGO**

2000

2004

**MIRANDO
AL FUTURO**

2005

2009

**DE TELECINCO
A MEDIASET**

2010

2020



4

7

11

14

18

#TELECINCO30AÑOS
imparables

1990

2020



Telecinco celebra el 3 de marzo de 2020 tres décadas desde el inicio de sus emisiones. 30 años haciendo compañía a los espectadores a través de una programación de calidad, viva y cercana; 30 años de independencia, rigor y pluralidad informativa; 30 años ofreciendo a los anunciantes el soporte publicitario de mayor notoriedad, con formatos comerciales en constante desarrollo y propuestas a la medida de las necesidades de los clientes; 30 años construyendo la televisión comercial en España e impulsando el sector audiovisual.

Hoy, tres décadas después de su nacimiento, Telecinco es el pilar fundamental de Mediaset España, el grupo de televisión líder en nuestro país en rentabilidad, audiencia, inversión publicitaria y cuota de mercado, con una posición financiera sin igual en el sector y como la única compañía de medios presente en el IBEX 35 desde su salida a Bolsa, hace 15 años.

Telecinco ha evolucionado en paralelo a la propia sociedad y en ese sentido su adaptación al nuevo reto audiovisual con la llegada de Internet, las redes sociales y las nuevas formas de consumo y distribución de contenidos la colocan en lo más alto de las preferencias de los consumidores para entretenerse e informarse, tanto a través del consumo lineal como digital, donde Mediaset España también se erige como el grupo de televisión líder en vídeos vistos. Todo ello le ha llevado a ser una televisión capaz de acompañar, emocionar y establecer a diario citas ineludibles por los espectadores en todas las pantallas, donde y como este desea,

ofreciendo en todos sus soportes un entorno seguro y fiable para las marcas, con contenidos profesionales de calidad.

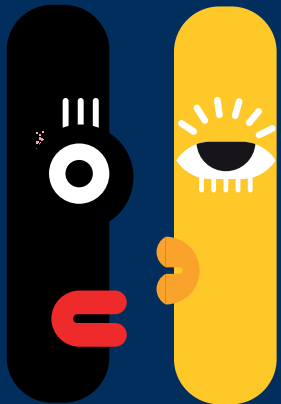
Es la cadena más vista en España de forma absoluta gracias a propuestas genuinas producidas por un equipo humano capaz de reinventar día a día la televisión, conducidas por el más reconocido plantel de presentadores de la televisión en España y alimentadas y promocionadas mediante un sistema único de sinergias que sólo una programación basada en los directos y la producción propia como la de Telecinco permite. Una cadena socialmente responsable, además, difusora a través de 12 Meses de campañas de publicidad social por todos reconocidas.

En definitiva, una televisión inimitable, paradigma de un modelo de gestión aplaudido dentro y fuera de nuestras fronteras, donde a través de la distribuidora Mediterráneo Mediaset España Group, sus contenidos se encuentran hoy presentes en más de 190 territorios a nivel mundial.

#TELECINCO30AÑOS
imparables

1990

Un arranque prometedor



1994

#TELECINCO30AÑOS
imparables

El 3 de marzo de 1990 Telecinco inicia sus emisiones con una gala protagonizada por Miguel Bosé y Victoria Abril.

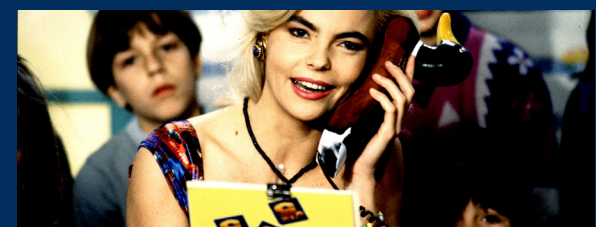
La cadena inaugura con su nacimiento una línea de programas originales en contenidos, modernos en planteamiento, innovadores en realización y con personalidad propia en su producción, introduciendo formatos que se convierten en auténticos fenómenos sociales como:

- El renovado concepto de concurso televisivo que introdujo **‘VIP Noche’**.
- El **‘Telecupón’**, o cómo hacer del sorteo de loterías un programa de televisión.
- Los primeros talk shows que hubo en España: **‘Hablando se entiende la gente’** y **‘Hablando se entiende la basca’**.
- La popularización del polígrafo en **‘La máquina de la verdad’**.
- Las innumerables parejas surgidas en **‘Su media naranja’**.
- La alegría de las **‘chicas Chin-Chin’** en **‘¡Ay qué calor!’**.
- La búsqueda de las mejores voces amateur de España a través del **‘Karaoke’**.
- El inolvidable ritmo de las ‘Mamma chicho’ que animaban **‘Tutti Frutti’**.
- Los resúmenes de fútbol al son de Manolo Escobar en **‘Goles son amores’**.

La cadena abre además una nueva era en Informativos, donde es pionera en incluir entrevistas, tertulias e incluso una sección de humor:

- El estreno de **‘Entre hoy y mañana’** supone la creación del primer telediario de autor en la franja nocturna con analistas de opinión para sus distintas secciones.

- En 1993 tiene lugar **‘El debate decisivo’**, primer cara a cara entre Felipe González y José M^a Aznar ante 10,5 millones de espectadores, la emisión más vista de las cadenas privadas hasta esa fecha.



Telecinco se convierte en referencia para todos los públicos, incluido el infantil y juvenil, con programas como **'VIP Guay'**, **'Desayuna con alegría'**, **'Xuxa Park'**, **'Superguay'** y **'La quinta marcha'**, trampolín de reconocidos profesionales de hoy día como Penélope Cruz y Jesús Vázquez.

Con el estreno de las comedias **'Truhanes'** e **'Historias de la puta mili'**, Telecinco inaugura las series de ficción nacional en España tras la puesta en marcha de Estudios Picasso, centro del que posteriormente han salido aplaudidas y exitosas ficciones con las que la cadena hizo madurar la industria audiovisual dando empleo a numerosos profesionales hoy convertidos en referencia.

A su vez, Telecinco abre una nueva ventana a la producción externa: toda España quedó consternada por la muerte de Laura Palmer en **'Twin Peaks'**, mientras los jóvenes vibraban con las historias de los protagonistas de **'Melrose Place'** y **'Sensación de vivir'**, auténticos fenómenos televisivos de los noventa.

El nacimiento de Telecinco supone a nivel comercial un soplo de aire fresco con la nueva corriente publicitaria implantada por **Publiespaña**, compañía que abre nuevas e inexploradas ventanas a un grupo de anunciantes que crece día a día. Con ellos, la concesionaria comercial de Telecinco inaugura una de las eras más destacadas en la historia de la publicidad de nuestro país, sentando las bases de un catálogo de **formatos publicitarios especiales** que trascienden los spots convencionales con los que explota el poder de prescripción de rostros emergentes en televisión hoy día convertidos en grandes comunicadores del panorama audiovisual.



1995



La consolidación

1999

#TELECINCO30AÑOS
imparables

Las bases sentadas por Telecinco en el ámbito de la ficción propia dan sus frutos en esta etapa con el éxito de ‘Médico de familia’: la boda de los míticos *Nacho y Alicia* registró una media de 10.847.000 espectadores y un 60% de *share*.

Telecinco marca en esta etapa un punto de inflexión en la historia de televisión en España con la decidida apuesta por la ficción en diversos géneros:

- **‘Periodistas’**, una de las primeras series de corte profesional estrenada en España, galardonada con un Premio Ondas, un Fotogramas de Plata y dos premios de la ATV.
- **‘El Súper: historias de todos los días’**, la primera serie nacional de ficción diaria en una cadena generalista.
- **‘Al salir de clase’**, la primera producción de corte juvenil, cuya emisión alcanzó 1.199 entregas y fue cantera de actores como Elsa Pataki, Alejo Sauras, Pilar López de Ayala, Rodolfo Sancho, Lucía Jiménez, Hugo Silva o Sergio Peris Mencheta.
- **‘Mediterráneo’**, la primera serie grabada íntegramente en escenarios exteriores.
- **‘El Comisario’**, la primera serie ambientada en el ámbito policial, de la que se emitieron 12 temporadas.
- **‘Siete vidas’**, la primera sitcom con público, ganadora de un Premio Ondas, dos TP de Oro, dos Fotogramas de Plata y 5 Premios de la ATV, entre otras distinciones.
- **‘Todos los hombres sois iguales’** -ganadora de un Premio Ondas y un Fotogramas de Plata- y **‘Querido Maestro’**.



En el apartado de producción externa, Telecinco sigue demostrando su buen criterio a la hora de elegir series y estrena con gran éxito ‘Expediente X’ y ‘Ally McBeal’.

El espíritu innovador se extiende a los espacios y se materializa en programas de producción propia, casi todos en directo, que abrieron nuevas franjas inexploradas por la televisión, que hicieron traspasar a los espectadores, que divertieron por igual a jóvenes y mayores, que forjaron la cercanía de la cadena con su público y que aún hoy siguen creando escuela:

- Las novedosas técnicas de realización y el sentido del humor aplicado a la crónica social de **‘¡Qué me dices!’**.
- El reporterismo irónico de los **‘hombres de negro’** que formaron los diversos equipos de **‘Caiga quien caiga’**.
- El informativo desenfadado y divertido de **‘El Informal’**.
- La cercanía de testimonios en *talk shows* como **‘Ana’**.
- La combinación de información y entretenimiento en las mañanas de **‘Día a Día’**.
- El tono canalla y provocador pasada la media noche de **‘Esta noche cruzamos el Mississippi’**, con el que Telecinco apostó por la inexplorada franja de *late night*.
- **‘Crónicas Marcianas’**, el *late show* más visto de la historia de la televisión.



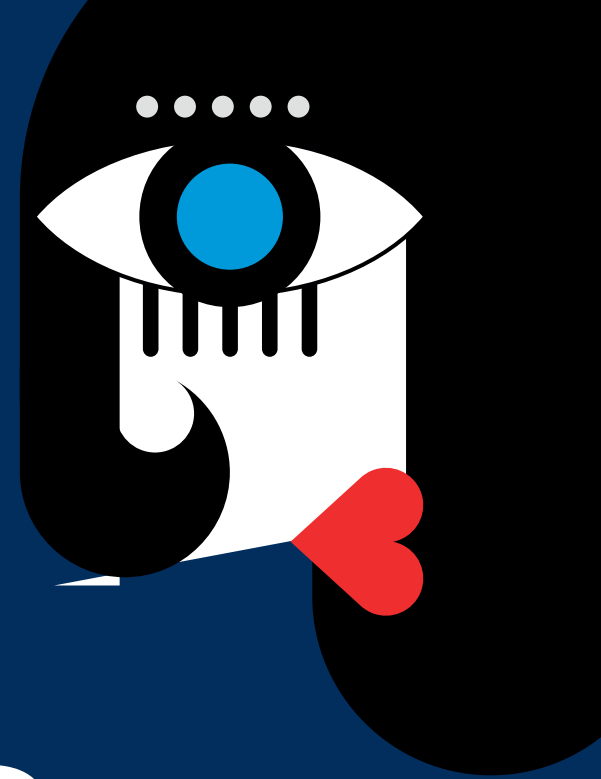
Estos y otros espacios se erigen actualmente como exponente de esta etapa dorada en la que Telecinco se convierte en la primera televisión comercial que alcanza la rentabilidad. La cadena también lleva a cabo además en esta época un **cambio de imagen y de filosofía** que se refleja en su identidad corporativa y también en sus Informativos, con la incorporación de nuevos presentadores bajo la dirección de **Juan Pedro Valentín**, la inclusión de nuevos espacios de análisis como **'La Mirada Crítica'**, la implantación en 1998 de **la primera redacción digital en España** y la creación de **Atlas**, su propia agencia de noticias, hoy referente entre las agencias audiovisuales.

El sello generalista de Telecinco y la calidad de sus contenidos hacen que la cadena se convirtiese en 1997 en **soporte comercial más demandado por los anunciantes** de la época, una ventaja que **Publiespaña** amplificó gracias a la **cercanía con sus clientes** y al espíritu vanguardista aplicado a la búsqueda de fórmulas publicitarias integradas con el contenido e innovadoras en su planteamiento. Nacían así las **Iniciativas Especiales** en forma de telepromoción, euroclaqueta y teletienda, convirtiendo a Telecinco en el único soporte del país en ofrecer estas rompedoras formas de publicidad.

Telecinco culmina esta etapa con **la llegada de Paolo Vasile en marzo de 1999** como consejero delegado, artífice de un modelo empresarial y de gestión con el que a partir del año 2000 la cadena se erigirá como **referente de rentabilidad e independencia** y que, cuatro años después, le llevará a protagonizar una de las salidas a Bolsa más exitosas de nuestro país.



2000



El liderazgo

2004

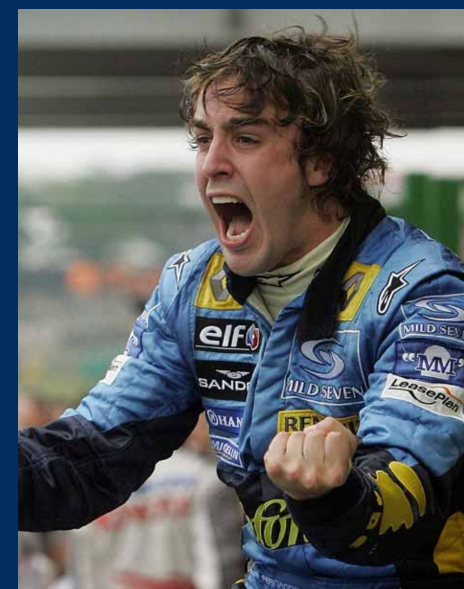
#TELECINCO30AÑOS
imparables

Comienzan los años en los que Telecinco pasa a ocupar un lugar privilegiado en las preferencias de los españoles y consolida el espíritu que le lleva a desbancar a la televisión pública de su liderazgo de audiencias por primera vez en la historia.

El arrojo demostrado por la cadena para probar nuevos formatos alcanza su máxima expresión con el estreno de **'Gran Hermano'**, el paradigma de un género televisivo inexplorado hasta entonces en España y que alcanza una dimensión sociológica que traspasa la pantalla. El concurso cala en los espectadores y se genera una expectación tal en torno al devenir de los concursantes que la final de la primera edición alcanza un 70,8% de share y una media de más de 9 millones de espectadores.

Con la frescura y la cercanía con el espectador como bandera, Telecinco reinventa productos clásicos y los impregna de una personalidad inconfundible que los convierte en fenómenos sin precedentes, como el protagonizado durante cinco años por **'Aquí hay tomate'** o **'A tu lado'** en la franja de tarde.

En la misma línea de innovación y riesgo, el equipo de Deportes de Informativos Telecinco comienza a emitir los **Grandes Premios de Fórmula 1** de una forma diferente y personal, creando afición entre la audiencia y utilizando un inédito tono didáctico en las retransmisiones que termina por transformar en deporte de masas lo que hasta el momento era una disciplina deportiva minoritaria. Los creadores de ficción nacional siguen llamando a las puertas de la cadena, que aglutina las series más seguidas y en la que trabajan algunos de los rostros más relevantes del plantel de actores español.



#TELECINCO30AÑOS
imparables

Telecinco ofrece nuevas series que con los años pasarán a formar parte de la memoria colectiva de los espectadores como **'Los Serrano'**, **'Hospital Central'** y **'Motivos personales'** e importa la franquicia **'C.S.I.'**, una de las series extranjeras con más éxito a nivel mundial cuya imagen pronto queda inexorablemente ligada a la de Telecinco.

El liderazgo de audiencia, los datos de facturación y la dimensión empresarial conseguida hacen posible la **salida a bolsa** de Telecinco el 24 de junio de 2004. La compañía se revaloriza casi un 50% en solo seis meses, pasando a formar parte del Ibex 35 en una OPV calificada como una de las más exitosas de nuestro país.

Obligada desde 1998 a invertir parte de sus ingresos en la industria del cine español, la cadena convierte la imposición en una oportunidad para trazar una estrategia de búsqueda de prestigio y rentabilidad que le lleva a producir exitosos títulos como **'El otro lado de la cama'**, **'La gran aventura de Mortadelo y Filemón'**, **'Días de fútbol'** y **'El lobo'**.

Con el ánimo de devolver a la sociedad una parte de lo que ésta le ha dado, la cadena se adelanta a su tiempo y, cuando nadie aún hablaba de la responsabilidad social corporativa, comienza a ejercer en 2000 un plan de acción social con **'12 meses, 12 causas'**, una iniciativa solidaria que pronto se convierte en una de sus principales señas de identidad y que la lleva a ser el medio de comunicación solidariamente más comprometido, responsable y reconocido.



12 doce
meses
doce
causas

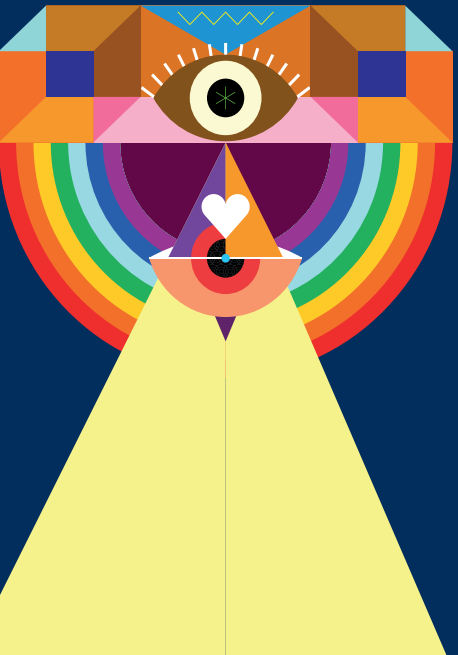
5



#TELECINCO30AÑOS
imparables

2005

Mirando al futuro



2009

#TELECINCO30AÑOS
imparables

Cinco años de liderazgo de audiencia ponen de manifiesto la supremacía de Telecinco en esta decisiva etapa de su historia y que son posibles gracias a su talento para conectar con los espectadores, medir sus gustos y ajustarse ágilmente a sus preferencias.

La fuerte apuesta de la cadena por la ficción nacional se pone de manifiesto una vez más a través de series de gran calado:

— **‘Sin tetas no hay paraíso’**, propicia una iniciativa pionera llevada a cabo por Telecinco: la celebración de una premiere en un cine antes de estrenarse en televisión. La serie genera un fenómeno fan sin precedentes, situando el capítulo final de su segunda temporada entre las emisiones más vistas de la historia de la cadena: más de 5,3 millones de personas (30,1% de share) lloraron la muerte de ‘el Duque’.

— La serie diaria **‘Yo soy Bea’** es líder de su franja durante dos años y congrega a más de 8,2 millones de espectadores en un capítulo que se convierte en el más visto en Telecinco desde el final de **‘Médico de familia’** nueve años atrás; Bea, el personaje protagonista, se adelanta a su tiempo naciendo y desarrollándose en Internet antes que en televisión mediante un blog incluido en la página web de la serie.

— Con las comedias **‘Aída’** -el primer spin off realizado en España- **‘La que se avecina’**, **‘Camera Café’** y **‘Escenas de matrimonio’**, Telecinco se sitúa como referente del género de humor y vuelve a marcar la pauta con las dos últimas al poner de manifiesto la relevancia de una franja hasta entonces residual: el access prime time.



— Con **‘Acusados’**, la cadena retoma el género thriller y vuelve a mostrar los rostros de los ya consagrados Blanca Portillo y Jose Coronado.

En cuanto a espacios de producción propia, Telecinco se convierte en el máximo exponente de la telerrealidad con sucesivas ediciones de **‘Gran Hermano’** y formatos como **‘Operación Triunfo’** y **‘Supervivientes: perdidos en Honduras’**; perpetúa su liderazgo matinal con **‘El programa de Ana Rosa’** y **‘Karlos Arguiñano en tu cocina’**; vuelve a encandilar a la audiencia con la originalidad de **‘Sálvame diario’** y **‘Sálvame Deluxe’** y revitaliza el formato **‘Pasapalabra’**, convirtiéndolo en el concurso de *day time* más visto de la televisión.

La cadena consolida su compromiso con la información veraz e independiente en 2006 con la incorporación de **Pedro Piqueras** a la dirección de **Informativos Telecinco**. Los cambios que introduce el periodista a su llegada reciben la paulatina respuesta del público, que sitúa en 2008 la edición de las 21:00 horas al frente de la oferta informativa de prime time.

Con el encendido digital en ciernes y un vertiginoso avance de las nuevas tecnologías como telón de fondo de un panorama audiovisual en plena revolución, Telecinco renueva sus contenidos en Internet y convierte a **Telecinco.es** en el portal de televisión líder del país con una completa oferta de contenidos exclusivos.

En 2005 inaugura el nuevo **Centro de Control Central y Emisión**, que permite a la cadena emitir contenidos a través de multiplataforma, TDT, canales temáticos, telefonía móvil e Internet. Ese año arranca la **emisión de su doble oferta en TDT: Telecinco Estrellas y Telecinco Sport**. En 2008 la compañía decide potenciar los contenidos de sus canales de TDT y tras la extinción de Telecinco Sport crea **La Siete** y adquiere en exclusiva el sello **Factoría de Ficción**, dando el salto a su estreno en abierto como canal temático de series y películas tras su emisión en plataformas de pago en lugar de la señal de Telecinco Estrellas. En poco tiempo la compañía sitúa a ambos canales a la altura de las marcas de otros operadores volcados durante años en asentarse en el ámbito de la TDT.

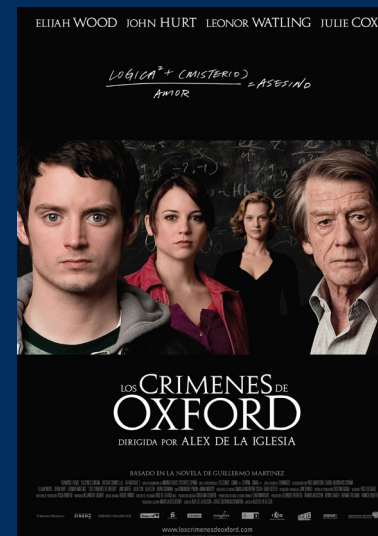
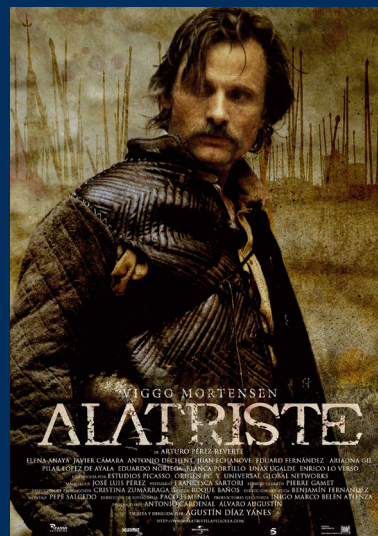


2005

MIRANDO AL FUTURO

2009

Casi una década después del inicio de su actividad y tras el éxito internacional de la película **'El laberinto del Fauno'** (ganadora de 3 Oscars), en 2007 Estudios Picasso se convierte en Telecinco Cinema, nueva productora cinematográfica de Mediaset España, motor destacado del cine español con la producción en este último lustro de **'El Orfanato'** -ganadora de siete Premios Goya-, **'El laberinto del Fauno'** -galardonada con tres Oscars de Hollywood-, **'Ágora'** -la película española más vista de 2009-, **'Celda 211'** -mejor película del año con 8 premios Goya en su vitrina- y otros exitosos títulos como **'Alatriste'**, **'Los crímenes de Oxford'**, **'Che: el argentino'** y **'Che: guerrilla'** o **'Spanish Movie'**.



#TELECINCO30AÑOS
imparables

2010

De Telecinco a Mediaset España



2020

#TELECINCO30AÑOS
imparables

Desde 2010 son muchos los hitos que marcan la trayectoria de Telecinco hasta hoy. El más importante de ellos, la transformación de la compañía como el primer gran grupo audiovisual de España tras la adquisición de Cuatro en el año 2010.

Este hecho da lugar en abril de 2011 al nacimiento de Mediaset España, que se erige desde su creación como líder de audiencia en consumo lineal y digital, con Telecinco como la piedra angular de su oferta.

Telecinco pasa a ser **la televisión más vista de forma absoluta en nuestro país** desde el año 2012, manteniendo su posición de liderazgo de las televisiones comerciales en las últimas dos décadas.

Junto a Telecinco y Cuatro, integran el grupo actualmente en el ámbito de las emisiones lineales el conjunto de canales temáticos de mayor segmentación y riqueza de targets a nivel nacional, formado por **Factoría de Ficción, Divinity, Energy, Be Mad y Boing**, así como el canal internacional CincoMAS. En el ámbito digital, Mediaset España se sitúa además como el medio audiovisual líder en Internet a través de un portfolio de soportes encabezado por **Mitele y Mitele PLUS**, plataforma con la que se ha adentrado en el negocio de la distribución de los contenidos de pago, el canal de vídeos nativos digitales **Mtmad**, todas las webs de los canales lineales de televisión y NIUS, Yasss, Uppers y El Desmarque.

La aportación de Telecinco a todos estos soportes erige al grupo como referente en entretenimiento, ficción, información, deporte y contenidos digitales, con un modelo de gran personalidad caracterizado por poseer el mayor porcentaje de producción propia de todos los operadores en España, con más del 90% de los contenidos producidos en esta modalidad, 80% de los cuales son en directo.



Esta apuesta, fruto del trabajo con productoras externas y participadas, sumada a la capacidad del canal de generar eventos de programación y establecer citas ineludibles con la audiencia le convierten en máximo exponente de una programación viva, flexible y cercana al espectador, con las ventanas comerciales de mayor notoriedad. Estas claves de liderazgo se convierten en los grandes valores diferenciales de la televisión en abierto frente a la nueva y creciente oferta audiovisual del mercado español.

Un modelo que ha hecho de sus contenidos una marca reconocida por el espectador, al que Mediaset España presenta todas las opciones de consumo posibles a través de los nuevos soportes que brindan las nuevas tecnologías. Para trasladar al mercado el resultado de todos sus consumos, Telecinco trabaja a lo largo de este tiempo en reforzar los sistemas de medición, incorporando a la audiencia lineal tradicional el dato del seguimiento en diferido 'time shift', la suma de los invitados, los espectadores del canal a través de la televisión de pago y, a partir de 2020, las segundas residencias.

Líder en grandes formatos de entretenimiento

Telecinco revalida en esta década su posición como gran referente del entretenimiento en televisión, enriqueciendo su oferta con la adaptación de nuevos formatos de gran éxito internacional, con los que copa el ranking de emisiones más vistas cada año y se mantiene imbatible en el horario estelar, tanto en total individuos como en *target* comercial.

El género del *reality show* se consolida cada vez más desafiando las tendencias generalizadas del consumo de televisión que marcan esta década, con registros de espectadores al alza propios de otra era. Su seguimiento extraordinario en público joven, su volumen de consumo de contenidos digitales y la participación en redes sociales que arrojan los realities de la cadena demuestran también la fortaleza de este tipo de formatos.

Una década de oro para el género según lo concibe Telecinco, siempre atenta a los gustos de los espectadores, capaz de reinventarlos una y otra vez, de crear sinergias con los programas en directo, abrir debates en torno a ellos, generar nuevos lenguajes y contenidos en digital y redes sociales, y trasladar su éxito a otras ventanas con estrategias de programación transversales. Una estrategia 360° única y pionera que permite a la telerrealidad de Telecinco combatir sin dificultad los grandes esfuerzos en contenidos de su competidor inmediato, estableciendo en la última parte de la década distancias históricas de audiencia sobre este e, incluso, creciendo en consumo de televisión lineal.

— **‘Supervivientes’**. El concurso de aventura, que afronta en 2020 su decimoquinta entrega, se convierte en el programa de entretenimiento más visto de la televisión en nuestro país. Vive en 2019 la mejor edición de su historia con cifras de otras épocas: promedió en sus galas una media del 33,7% de share y más de 3,5 millones de espectadores, tras una apoteósica final que superó el 40% de share.

— **‘Gran Hermano’**. La cadena alcanza la decimoctava edición del formato pionero y más reconocido de la telerrealidad en todo el mundo, que en 2019 celebra el vigésimo aniversario de su estreno internacional en Holanda.

— **‘Gran Hermano VIP’**. Telecinco da una vuelta de tuerca al formato con el estreno de una versión con famosos que experimenta un creciente interés entre los espectadores, alcanzando en su séptima edición sus mayores cotas de audiencia. **‘GH VIP 7’** obtiene en 2019 la edición con mejor share de la historia del formato VIP y se sitúa como el segundo programa de entretenimiento con mayor seguimiento de la televisión. La excelente acogida a este tipo de ediciones deriva en la puesta en marcha de otras fórmulas que igualmente cuentan con el respaldo de los espectadores como **‘GH: El Reencuentro’**, con antiguos participantes, y **‘GH DÚO’**, con concursantes por parejas.

Junto a ellos, Telecinco destaca por ofrecer en esta década los talent shows más vistos:

— **‘La Voz’**. El fenómeno musical internacional desembarca en España gracias a Telecinco, que adquiere sus derechos en 2012. Desde entonces, ofrece con gran éxito nueve ediciones, cinco de ellas con adultos, y cuatro de su versión infantil, **‘La Voz Kids’**. La primera edición se convirtió en el programa más visto de la década con cerca de 5,2 millones de espectadores y un 34%.



— **‘Got Talent España’.** En 2016 Telecinco estrena este otro formato internacional, que en su quinta entrega alcanza el mejor share de la historia del programa y su final más vista con casi 3 millones de personas. Conducido por Santi Millán, conjuga el talento en múltiples disciplinas artísticas con las emociones y las valoraciones de un polifacético jurado.

— **‘Levántate’.** La cadena emite en 2015 la primera adaptación mundial del formato original español **‘Stand up for your country’** para elegir al mejor dúo artístico musical formado por padres e hijos. Ante el éxito de su primera edición lanza **‘Levántate All Stars’**, protagonizado por parejas de famosos. Además, en estos diez años Telecinco ofrece el formato internacional de Televisa **‘Pequeños gigantes’**, el concurso de habilidades escénicas **‘Tú sí que vales’** y el concurso de saltos de trampolín protagonizado por famosos **‘Mira quién salta’**.

Junto a ellos, en el prime time de Telecinco destacan **‘Sábado Deluxe’**, que en 2019 celebra su décimo aniversario como referencia imbatible en su franja, y el estreno de **‘Mi casa es la tuya’**, formato de entrevistas que profundiza en las trayectorias de personajes de relevancia en el ámbito de la cultura, la televisión y el espectáculo.

Líder en ficción nacional

Telecinco brilla en esta década con su oferta de ficción nacional, un sello bajo el que la cadena conquista el corazón, la sonrisa y el recuerdo de los espectadores con series de muy diverso género:

— En comedia, Telecinco no encuentra rival: **‘La que se avecina’** se erige y se mantiene como la comedia más vista de la televisión. Inmersa en el rodaje de su 12ª temporada, se corona en 2019 como la serie más vista del año de forma absoluta y la que alcanza el mejor target comercial de la televisión en abierto. De la mano de sus creadores, Telecinco estrena **‘El Pueblo’** en 2020, un relato de la nueva vida de un grupo de urbanitas en un remoto entorno rural que debuta como el mejor arranque de ficción de la temporada. Preceden a estas dos producciones **‘Aída’**, la comedia nacional por antonomasia que en 2014 finaliza en Telecinco tras 9 años en emisión, y **‘Chiringuito de Pepe’**, que la cadena finaliza en 2016.



#TELECINCO30AÑOS
imparables

— En drama, Telecinco destaca con producciones de éxito como **‘Vivir sin permiso’**, la ficción española más vista en 2018; **‘Señoras del (h)AMPA’**, debut nacional más visto de 2019 en la cadena; **‘Sé quién eres’**, galardonada con el Premio Ondas a la Mejor Serie Nacional en 2017; **‘El accidente’**, segunda ficción de estreno más vista en 2017 y **‘La verdad’** como líder de su franja entre las televisiones comerciales en 2018.

— En acción, sobresale **‘El Príncipe’**, una serie convertida en todo un fenómeno social en 2014, que se adentra en el mundo del espionaje aunando en sus tramas intriga, acción y una historia de amor prohibido entre dos jóvenes de mundos radicalmente opuestos. Su capítulo final se sitúa como el más visto de la ficción en la televisión comercial en toda la década y como la emisión más vista de Telecinco desde entonces, sin contar eventos deportivos, con 6,3 millones de fieles (33,3%).

— Entre las series de época, Telecinco apuesta por un relato en la España de finales del siglo XIX en **‘Tierra de Lobos’** a lo largo de tres exitosas temporadas.

— Cierran la oferta de ficción en esta etapa **‘Hospital Central’**, la serie de prime time más longeva de la historia de la televisión que en 2012 pone el broche de oro a su andadura tras veinte temporadas en emisión, y **‘Ángel o demonio’**, thriller de terror de culto en España y éxito de ventas a nivel internacional, entre otras.



En el apartado de miniseries, Telecinco se sitúa a la vanguardia con producciones de corte bélico como **‘Los nuestros’**, la más vista de 2013, y **‘Los nuestros 2’**; histórico como **‘Lo que escondían sus ojos’**; político como **‘El padre de Caín’**, y de tramas familiares como **‘Pérdóname, Señor’**, miniserie más vista de 2017, o **‘Hermanos’**, entre otras. También produce historias basadas en hechos reales como **‘Niños robados’**, **‘Alakrana’**, **‘Vuelo IL8714’** y **‘11-M’** y biopics como **‘El Rey’**, **‘Felipe y Letizia’**, **‘Alfonso, el príncipe maldito’**, la saga de **‘La Duquesa’**, **‘Tita Cervera. La Baronesa’**, **‘Paquirri’**, **‘Carmina’**, **‘Mario Conde. Los días de gloria’** y **‘Rocío Dúrcal. Volver a verte’**, entre otros.

La cadena abre además un periodo de coproducciones europeas, entre las que destacan **‘Las aventuras del capitán Alatriste’**, **‘Romeo y Julieta’**, **‘Las mil y una noches’**, **‘Ana Karenina’**, **‘La dama velada’** y **‘María de Nazaret’**.

En ficción extranjera, ofrece grandes hits de la televisión internacional como la icónica la saga **‘C.S.I.’**, a la que los espectadores siguen mostrando fidelidad en sus diferentes producciones, y estrena **‘The Good Doctor’**, la ficción más vista y con mejor target comercial de 2018; y el drama sobrenatural **‘Resurrection’**, la serie de producción internacional más vista en 2014 de la televisión en abierto.

La producción propia de Telecinco, bastión de su solidez en day time

De igual forma, la estabilidad del modelo de programación de Telecinco corona el day time, donde cuenta con sólidos referentes de la televisión a nivel nacional que le permiten liderar de forma absoluta y continuada desde la mañana hasta la noche, incluyendo la victoria de la franja en el target comercial, al contar entre su público con el perfil de espectador más atractivo para el anunciante.

— **‘El programa de Ana Rosa’** se convierte con su 16ª temporada en emisión en el magazine más longevo de la televisión en nuestro país, referente matinal de actualidad y formato de day time con mayor cuota de pantalla y mejor target comercial de todas las televisiones.



— **‘Ya es mediodía’** celebra su primer año y medio de vida con una consolidación de sus seguidores que buscan la última hora de la actualidad política y social.

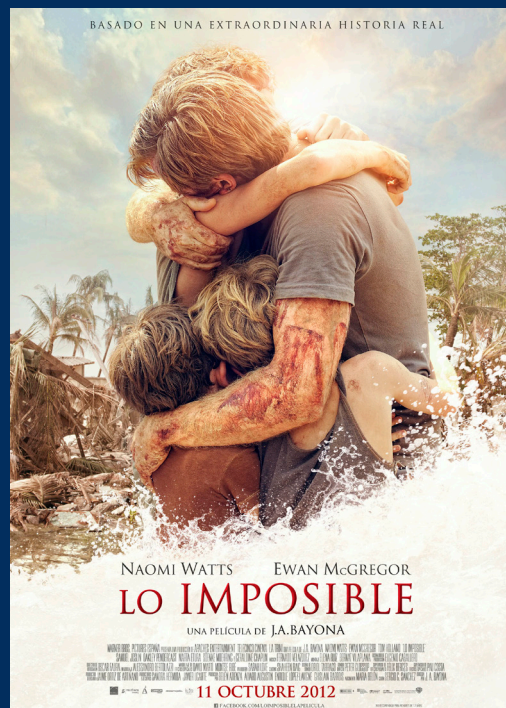
— Desde hace más de 10 años, **‘Sálvame’** se mantiene como el buque insignia de las tardes televisivas, con el liderazgo absoluto de Telecinco en esta franja. Desde el año 2019 se produce en tres etapas: **‘Sálvame Naranja’**, **‘Sálvame Limón’** y **‘Sálvame Banana’**.

— Junto a ellos, a lo largo de esta década destacan **‘Pasapalabra’**, el concurso de day time más visto a nivel nacional tras más de 12 años en antena, y **‘Mujeres y hombres y viceversa’**, uno de los formatos preferidos por el público joven, actualmente en Cuatro.

— Durante el fin de semana, Telecinco mantiene su oferta de actualidad y crónica social a través de formatos como **‘Sálvame Deluxe’**, sin rival los viernes; **‘Socialite by Cazamariposas’**, obteniendo en el último año los mejores resultados de audiencia de su historia; y **‘Viva la vida’**, en las tardes de sábados y domingos.

El cine más visto, by Telecinco Cinema

La cadena ofrece también las películas de estreno más vistas de la televisión en abierto, con **‘Lo Imposible’**, producida por Telecinco Cinema como la de mayor seguimiento de la década, con más de 6 millones de espectadores. A este título de la productora cinematográfica de Mediaset España, motor del cine español por volumen de inversión y número de espectadores, se han sumado otros títulos de su factoría como **‘Ocho Apellidos Vascos’**, **‘Ocho Apellidos Catalanes’** o **‘Perfectos desconocidos’** entre las 20 películas más vistas de la cadena en este tiempo. Junto a ellas, ha estrenado también grandes producciones de Hollywood como **‘Avatar’**, **‘Jurassic World’** o **‘Titanic’**, entre otras.



#TELECINCO30AÑOS
imparables

Telecinco, con los grandes eventos deportivos

Mediaset España lleva a cabo en esta etapa una decidida **apuesta por el deporte**, creando en 2012 el sello **Mediaset Sport** como aglutinador de la producción de los más grandes eventos internacionales en abierto, la mayoría de los cuales ha ofrecido Telecinco.

— En fútbol, traslada a los espectadores con su ‘mosca’ los tres **Mundiales** disputados en este tiempo (Sudáfrica 2010, Brasil 2014 y Rusia 2018). En 2010, ‘**La Roja**’ se proclama campeona del mundo tras el decisivo gol de Iniesta durante la prórroga de la final Holanda-España, con 14,6 millones de seguidores (80,3%).

— La cadena ofrece también las dos **UEFA EURO** disputadas en 2016 y 2012, en la que 15,4 millones de espectadores (83,4%) fueron testigos en Telecinco de una nueva victoria de nuestra Selección en la final contra Italia que ha pasado a los anales de la televisión como el partido de fútbol más visto de la historia. La tanda de penaltis de España y Portugal de la Eurocopa de 2012 es, a su vez, la emisión más vista de la década en la televisión en abierto, con una media de 18,1 millones de espectadores.

— La **Copa Confederaciones** 2013, donde la Selección Española disputa la gran final contra Brasil como la emisión más vista de la historia en el late night; la **UEFA Europa League**, en la que el Atlético de Madrid se alza con el título europeo en 2010 y 2012; el **Mundial de Clubes de la FIFA** con victoria del Real Madrid C.F. y el F.C. Barcelona en 2014 y 2011, respectivamente; la **Supercopa de España** durante 2015 y 2017; la **Copa de la Reina** (2019), en la que por primera vez en la historia de la televisión en España una cadena nacional dedica su horario estelar a la retransmisión en directo de su final, convirtiéndola en el partido de fútbol femenino más visto hasta la fecha, así como diversos partidos **amistosos y clasificatorios de la Selección Española de Fútbol**, choques en abierto de la **Liga de Primera División** y de **Copa del Rey** han sido otros de los clásicos de la programación de Telecinco en estos años.

— Desde 2012 y hasta 2016, Telecinco ofrece en abierto el **Mundial de Motociclismo** y, como ya hiciera con la Fórmula 1, desarrolla una forma única de acercarlo a los espectadores y lo convierte en un deporte de masas que crece en seguidores



#TELECINCO30AÑOS
imparables

cada año y que vive en la cadena su mayor etapa de esplendor, culminada desde 2013 con los históricos tripletes de los pilotos españoles en las tres categorías. La competición de 2015 fue la más vista de la historia y la carrera final, en la que Jorge Lorenzo se coronó campeón, fue la más vista de todos los tiempos. En 2019, Telecinco ha ofrecido gratis y en abierto los Grandes Premios de Argentina y Comunidad Valenciana.

— Telecinco retransmite la victoria de España ante Lituania del **Eurobasket** de 2015, en su día el partido de baloncesto más visto de la historia, un honor que mantuvo hasta 2019, cuando la selección española se alzó campeona absoluta ante Argentina en la final del Mundial de Baloncesto de China que ofreció íntegro Cuatro.

— La cadena también acompaña a Rafa Nadal en su octava victoria en Roland Garros en 2013 y en su nueva ensaladera en la edición de 2017.

Informativos Telecinco, referente informativo

El **rigor**, la **independencia** y la **pluralidad** de **Informativos Telecinco** convierten la oferta informativa de la cadena en la referencia de la televisión en España. La forma única, cercana, sencilla y amena de contar la información y hacerla accesible a todo tipo de espectadores hace posible que la edición de prime time presentada por Pedro Piqueras se erija como el informativo más visto del país desde hace siete años y, en numerosas jornadas, como la emisión líder del día, posicionándose como claro referente para los españoles en días trascendentales que han marcado la actualidad social, económica, política e internacional de la última década.

Unos atributos comunes a toda la redacción de profesionales que integran Informativos Telecinco y que han trasladado al resto de ediciones, alcanzando en 2019 la de mediodía su mejor registro desde 2010. En el fin de semana, Informativos Telecinco alcanza en 2019 el mayor seguimiento de la década de la edición de sobremesa, elevando la media de todas las ediciones de fin de semana hasta la mejor cuota de pantalla desde el año 2008.



El liderazgo digital

La capacidad de Mediaset España de ofrecer una propuesta líder de ocio e información audiovisual a los espectadores cobra una nueva dimensión a partir de 2011. La victoria en audiencias de su grupo de canales traspasa el televisor para instalarse en otro tipo de pantallas y soportes a través de los cuales la compañía mantiene constante sintonía con internautas y usuarios de redes sociales, donde sus contenidos se erigen como los más comentados y donde Telecinco se posiciona como la televisión más participada.

La web de la cadena, **Telecinco.es**, sin rival en vídeos vistos entre los sites de televisión a nivel nacional, concentra sus esfuerzos en convertir al espectador en protagonista de la información y en conectar a la audiencia con sus rostros y sus contenidos más populares. En este sentido, da pasos de gigante en su estrategia de conexión con las redes sociales, abriendo nuevos espacios para seguir de forma directa y automática los comentarios en la red y enlazando la navegación por las páginas de los programas emitidos en directo con las opiniones arrojadas por los usuarios.

Su contribución permite a Mediaset España liderar de forma absoluta el ocio y la información audiovisual de los espectadores a través de la oferta de contenidos televisivos digitales, con Mitele como la mayor plataforma a nivel nacional de contenidos de televisión en Internet a la que Telecinco aporta el mayor volumen de su amplio catálogo.

A partir de 2012, con la sólida implantación de los dispositivos móviles Mediaset España apuesta por la creación de aplicaciones para mobile asociadas a algunos de los contenidos de Telecinco de mayor éxito, entre ellas las de programas como **‘Supervivientes’** y **‘Gran Hermano’**, y diferentes competiciones deportivas, abriendo nuevas y exitosas vías de participación e interacción con el espectador.



Telecinco, también en la tecnología HbbTV a través de LOVEStv

En aras de potenciar esta interacción con el público, Telecinco comienza a emitir su señal a través de la tecnología híbrida HbbTV en junio de 2018 bajo la plataforma de contenidos gratuita LOVEStv, desarrollada de forma conjunta por RTVE, Atresmedia y Mediaset España. En su versión inicial, incluye funcionalidades como la visualización de los contenidos de la última semana, la posibilidad de comenzar un programa desde su inicio, una guía de programación mejorada y la opción de realizar recomendaciones, entre otras opciones a las que se irán sumando de forma progresiva nuevos servicios.

Telecinco, la televisión de la notoriedad publicitaria

Para la gestión comercial de Telecinco y todos sus soportes, la compañía cuenta con la filial Publiespaña, de la que Paolo Vasile pasa a ser máximo responsable con su nombramiento en 2014 como consejero delegado único de Mediaset España.

A través de ella, lidera en toda esta década el mercado publicitario con sus formatos, series y programas de entretenimiento como los de mayor notoriedad de la televisión en nuestro país. La televisión lineal, con Telecinco al frente, sigue ocupando el centro de la comunicación de los clientes en España, reforzándose ante las nuevas tecnologías y las nuevas formas de consumo como la pieza básica de cualquier campaña de comunicación por la afinidad y la velocidad para alcanzar amplias coberturas. La televisión es el medio por excelencia que otorga el mayor recuerdo para los impactos publicitarios, y Telecinco demuestra en todo este tiempo que el espectador tiene más engagement con programas de producción propia, en los que no tiene rival.

La cadena se sitúa año tras año como el líder del rating publicitario en prime time gracias al éxito de sus contenidos y a la estrategia de bloques cortos en el horario estelar emprendida hace más de diez años por Publiespaña, permitiendo a Telecinco concentrar los spots más vistos de la década.

Sus contenidos se consolidan en la oferta digital audiovisual multiplataforma, y con ellos una oferta comercial específica desarrollada por Publiespaña con la máxima de ofrecer a los clientes un entorno brand safety de calidad profesional, alojados en un entorno seguro y regulado y legislado al 100%, haciendo de Telecinco uno de los soportes de mayor confianza para cualquier anunciante.

Telecinco, una marca más allá de las pantallas...

Más allá de los ingresos por publicidad, Telecinco lleva a cabo la explotación de sus marcas propias, situadas como una de las más reconocidas en el mercado audiovisual a través de la fortaleza de sus contenidos, sus eventos y su plantel de presentadores y actores, desarrollando diversas iniciativas en el área editorial, musical, discográfico, la venta de entradas y el e-commerce, así como a través de licencias, merchandising y el lanzamiento de productos derivados.



#TELECINCO30AÑOS
imparables

... Y unos contenidos que traspasan fronteras

Si por algo se caracteriza esta década es sin duda por la revolución vivida por el mercado de los contenidos. La digitalización y la llegada de las nuevas plataformas de distribución dibujan un escenario audiovisual sin fronteras y traen consigo nuevas y prometedoras vías de negocio ante las cuales Mediaset España agrupa su amplia red de productoras independientes participadas accionarialmente, dando como fruto en 2019 al nacimiento de Mediterráneo Mediaset España Group, uno de los mayores conglomerados audiovisuales a nivel europeo para la producción, adquisición y distribución de formatos de entretenimiento, ficción, cine, deporte y digitales, en su mayoría destinadas hasta el momento a la producción de contenidos para Telecinco. La cadena inaugura así una nueva era, exportando en la actualidad sus contenidos a más de 190 territorios en todo el mundo y cerrando acuerdos exclusivos con algunas de las principales plataformas de distribución para el estreno de algunas de sus series y formatos de entretenimiento.

Una televisión socialmente comprometida a través de 12 Meses

A lo largo de esta década, Telecinco mantiene y refuerza el apoyo de su antena y sus contenidos a la iniciativa de comunicación social '12 meses, 12 causas', que a partir de 2012, coincidiendo con su 12º aniversario, pasa a denominarse 12 Meses. El calendario deja de marcar la pauta a la hora de establecer el número de campañas y se asienta sobre causas de gran alcance para hacerlas durar en el tiempo, en las cuales Telecinco emplea todo su potencial para entrar en los hogares de los espectadores abriendo debates en torno a las numerosas campañas de sensibilización, entre las cuales destacan la promoción de la salud cardiovascular, la donación de órganos, la lucha contra el acoso escolar o las múltiples iniciativas a favor de la mujer y contra la violencia de género, entre otras muchas.





#TELECINCO30AÑOS
imparables

@Mediasetcom

