

## MEDIASET ESPAÑA LIDERA EL MES DE JULIO CON UN 28,7% DE SHARE



**CUATRO (6,0%) CRECE 0,3 PUNTOS RESPECTO A JULIO DE 2012 Y SUPERA A LA SEXTA (5,8%) CON UNOS PROGRAMAS DE PRODUCCIÓN PROPIA AL ALZA Y UNA EXITOSA OFERTA DE FICCIÓN AJENA**

En *target* comercial, Cuatro ha crecido 1,5 puntos hasta alcanzar un 7,5% de *share* en total día, frente al 6,4% de La Sexta. Este incremento se ha extendido igualmente al *prime time* (7,5%) y al *day time* (7,5%), donde supera al 5,9% de La Sexta

Se ha impuesto también a su inmediato competidor en *day time* (6,1% vs. 5,4%), *late night* (8,5% vs. 7,3%), sobremesa (6,5% vs 5,2%) y tarde (5,3% vs. 5,2%)

Ha superado a La Sexta en Canarias (7,2%), Murcia (6,4%), Andalucía (6,0%), Castilla y León (5,9%), Cataluña (5,9%) y Castilla-La Mancha (5,8%)

**“UN PRÍNCIPE PARA CORINA” SE HA DESPEDIDO EN JULIO COMO LO MÁS VISTO EN LAS CADENAS COMERCIALES EN LA NOCHE DEL LUNES CON UN 12,4% DE SHARE EN LA FINAL Y 1.828.000 SEGUIDORES, SU REGISTRO MÁS ALTO**

**“LAS MAÑANAS DE CUATRO” HA CONSEGUIDO EN JULIO SU MEJOR DATO MENSUAL (6,1% Y 330.000) DESDE MARZO 2012, MOSTRANDO UNA EXCELENTE EVOLUCIÓN SEMANAL QUE LE HA LLEVADO A PASAR DEL 5,7% DE SHARE EN LA PRIMERA SEMANA DE JULIO A UN 6,4% EN LA ÚLTIMA SEMANA DISPUTADA**

**ÉXITO DE LAS SERIES ESTRENADAS POR CUATRO EN JULIO: “TOUCH” (8,2% Y 1.142.000) Y “BELLA Y BESTIA” (9,8% Y 1.328.000) SE SITUAN POR ENCIMA DE LA MEDIA DEL CANAL, LIDERANDO ANTE LA OFERTA DE LA SEXTA**

**EXCELENTE REGISTRO PARA LA FICCIÓN AJENA DE CUATRO CON “SCANDAL” (7,5% Y 1.007.000), EL DESENLACE DE LA SEGUNDA TEMPORADA DE “HOMELAND” (7,2% Y 1.177.000), “MENTES CRIMINALES” (8,8% Y 843.000), “ELEMENTARY” (6,9% Y 586.000) Y “NCIS LOS ÁNGELES” (6,8% Y 306.000)**

**“TE VAS A ENTERAR” CONSIGUE EN JULIO EL MEJOR DATO MENSUAL DE SU HISTORIA (4,8% Y 396.000) Y “LO SABE NO LO SABE” CIERRA EL MES CON SU MEJOR REGISTRO DESDE SEPTIEMBRE (5,6% Y 718.000)**

**“CUARTO MILENIO” (9,1% Y 682.000) Y LAS ENTREGAS DE “DIARIO DE... A PIE DE CALLE” (9,5% Y 334.000) HAN RATIFICADO LA FIDELIDAD DE SUS ESPECTADORES**

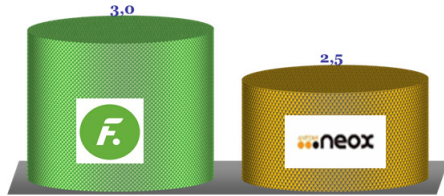
**“NOTICIAS CUATRO 1” (9,1% Y 874.000) Y “NOTICIAS CUATRO 2” (5,7% Y 462.000) ALCANZAN SUS MEJORES DATOS DESDE ABRIL Y JUNIO DE 2012, RESPECTIVAMENTE. “NOTICIAS CUATRO DEPORTES” (8,3% Y 1.057.000) CIERRA JULIO CON UNA NUEVA VICTORIA SOBRE LA SEXTA**



## TELECINCO LIDERA EL *PRIME TIME* (12,1%) CON UNA VENTAJA DE 0,5 PUNTOS SOBRE ANTENA 3 (11,6%)

Telecinco es la cadena que más jornadas lidera, con 17 victorias de los 31 días disputados

Ha sido la oferta televisiva más seguida en Asturias (17,3%), País Vasco (14,7%), Canarias (13,9%), Galicia (13,1%) y Baleares (12,8%)



Los grandes premios del Mundial de Motociclismo emitidos en julio en Estados Unidos (19,4% y 2.976.000) y Alemania (28,7% y 2.562.000) han mejorado los resultados obtenidos en el mundial del pasado año

El cómputo de las ediciones de Informativos Telecinco emitidas en la sobremesa y la noche de lunes a domingo han vuelto a liderar el mes de forma absoluta con una media del 14,1% de *share* y 1.598.000 espectadores

De lunes a viernes (14,4% y 751.000) Informativos Telecinco ha sido la opción informativa preferida en las televisiones comerciales en el cómputo de sus tres ediciones por delante de toda la oferta de Antena 3 Noticias

La edición presentada por Pedro Piqueras ha obtenido en julio la cuota de pantalla más alta desde junio de 2009 con un 16,7% de *share* y 1.696.000 seguidores, situándose un mes más como el informativo más visto de la televisión

“EL PROGRAMA DEL VERANO” (498.000 Y 16,2%), *MAGAZINE* MATINAL MÁS VISTO, HA SUPERADO EN CASI UN PUNTO A “ESPEJO PÚBLICO” (15,3% Y 465.000)

“SÁLVAME DIARIO” (16% Y 1.641.000) Y “PASAPALABRA” (17,3% Y 1.456.000) HAN LÍDERADO DE FORMA ABSOLUTA SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE EMISIÓN. EL CONCURSO ALCANZÓ EL 18 DE JULIO SU MEJOR DATO DESDE FEBRERO DE 2012 CON LA ENTREGA DE SU BOTE MÁS ALTO (23,2% Y 1.856.000). ESTE MES, “PASAPALABRA” HA OBTENIDO UNA MEDIA DEL 17,3% DE *SHARE* Y 1.456.000 SEGUIDORES

“FRÁGILES” (10,% Y 1.503.000), “HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR” (16,4% Y 1.813.000), “CAMPAMENTO DE VERANO” (16,4% Y 1.614.000), “SÁLVAME DELUXE” (16,7% Y 1.535.000) Y “EL GRAN DEBATE” (13,5% Y 1.182.000) LIDERAN SU FRANJA DE EMISIÓN EN EL HORARIO ESTELAR



LOS CANALES DE NUEVA GENERACIÓN ALCANZAN SU RÉCORD HISTÓRICO (10,2%), INCREMENTAN 6 DÉCIMAS RESPECTO AL MES ANTERIOR Y MANTIENEN SU VENTAJA SOBRE ATRESMEDIA (9,9%)



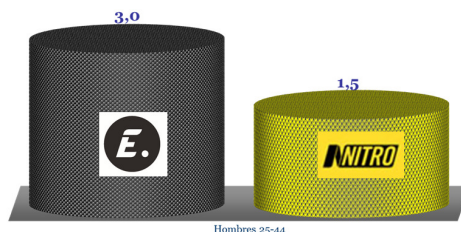
FACTORÍA DE FICCIÓN (3%), LÍDER DE LOS TEMÁTICOS POR 16ª VEZ CONSECUTIVA, AUMENTA UNA DÉCIMA RESPECTO A JUNIO Y AVENTAJA EN 6 DÉCIMAS A NEOX (2,4%)

Lidera el *target* comercial con un 3,8% de *share*

Supera a La Sexta en jóvenes de 13 a 24 años con un destacado 7,4% de *share* frente al 3,6% de dicha cadena



**TRIPLE RÉCORD HISTÓRICO PARA ENERGY: 1,3% EN TOTAL DÍA, 1,9% EN TARGET COMERCIAL Y 3,1% EN CORE TARGET**



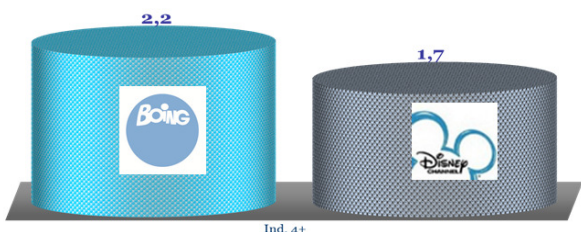
En hombres de 25 a 44 años, el canal masculino de Mediaset España duplica a Nitro, su principal competidor (3,1% vs. 1,5%)



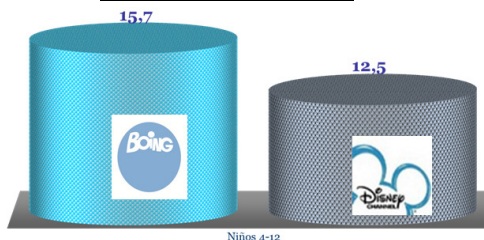
**BOING, TELEVISIÓN INFANTIL LÍDER DE LAS TELEVISIONES COMERCIALES, CONSIGUE SU MEJOR DATO HISTÓRICO EN NIÑOS (15,7%) E IGUALA SU RECORD EN TOTAL INDIVIDUOS (2,2%)**

Se distancia 0,5 puntos de Disney Channel (1,7%) en total individuos, su mayor ventaja histórica, superándola en 3,2 puntos en niños (12,5%)

Total individuos



Niños de 4 a 12 años



**DIVINITY IGUALA SU RÉCORD HISTÓRICO (1,7%) EN TOTAL INDIVIDUOS Y CRECE 6 DÉCIMAS EN TARGET COMERCIAL (2,3%) SUPERANDO A NOVA (2,2%)**

En su *core target* (mujeres 16-44 años) registra un 3,5% de *share*



**LASIETE (1,1%) CRECE 1 DÉCIMA EN TARGET COMERCIAL (1,2%)**



**NUEVE CONSIGUE UN 0,8% EN EL TOTAL DÍA, UN 0,9% EN TARGET COMERCIAL Y ALCANZA EL 1,6% EN MUJERES DE 16-44 AÑOS**

GABINETE DE PRENSA  
**MEDIASET**españa.



@mediasetcom