

Madrid, 1 de agosto de 2017

AUDIENCIAS JULIO

MEDIASET ESPAÑA (30,0%) ANOTA SU
SEGUNDO MEJOR MES DEL AÑO

TELECINCO LIDERA JULIO (13,8%) CON LA MAYOR VENTAJA SOBRE ANTENA 3 DESDE JULIO DE 2016

Supera en 2,5 puntos a su competidor (11,3%), que baja casi 1 punto respecto a junio y marca mínimo mensual desde agosto de 2012

Es el canal preferido entre los jóvenes de 13 a 24 años (12,5%) y de 25 a 34 años (12,8%) por 30º mes consecutivo

- Anota el *target* comercial más alto de la televisión con un 12,6% de *share*, 1,6 puntos por encima de Antena 3 (11,0%), que también registra su dato más bajo desde agosto de 2012. En este *target*, Telecinco marca con su competidor la mayor ventaja del año junto al mes de junio.
- Lidera el *prime time* (14,5%), superando en 3,1 puntos a Antena 3 (11,4%), la mayor ventaja desde julio de 2016. Es además la televisión más vista en *day time* (13,5%) con la segunda mayor ventaja desde junio de 2016 frente a Antena 3, que marca mínimo en esta franja desde agosto de 2011 (11,3%). Telecinco también lidera en la franja de tarde (16,1%) y *late night* (16,6%).
- Es la opción preferida en 5 de las 7 noches de la semana y la cadena que más días lidera del mes: 25, el 80,6% de los días disputados. Además es la primera opción en 11 de los 14 mercados geográficos: Asturias (22,1%), Murcia (16,9%), Canarias (16,4%), Euskadi (15,5%), Galicia (14,6%), Madrid (14,3%), Andalucía (14,1%), Valencia (13,2%), Aragón (12,9%), Cataluña (10,7%) y el denominado Resto (14,5%).
- Sitúa 14 emisiones entre las 20 más vistas del mes, entre ellas varias ediciones de 'Supervivientes' y distintas entregas de 'Perdóname, Señor'.

**INFORMATIVOS TELECCINCO (14,6% Y 1.554.000),
REFERENTE INFORMATIVO DE LUNES A DOMINGO
(SOBREMESA Y NOCHE), A 2,3 PUNTOS DE DISTANCIA DE
ANTENA 3 NOTICIAS (12,3% Y 1.305.000)**

- La edición de **Informativos Telecinco 21:00h** presentada por Pedro Piqueras (17,7% y 1.809.000) crece casi 1 punto respecto a junio y lidera de forma absoluta, marcando una ventaja de 6,0 puntos con respecto a Antena 3 Noticias 2 (11,7% y 1.174.000), relegada a la tercera posición después de TVE 1 (13,5% y 1.476.000).

- **Informativos Telecinco 21:00h de lunes a domingo** (16,4% y 1.637.000), también líder, crece 1 punto respecto a junio y supera en 4,8 puntos a su inmediato competidor (11,6% y 1.146.000), que se sitúa en tercer puesto, detrás del Telediario 2 de TVE I (13,1% y 1.415.000).
- En el cómputo global de las **ediciones de sobremesa y noche (lunes a viernes)**, Informativos Telecinco también lidera (15,5% y 1.712.000), a 3,4 puntos de Antena 3 Noticias (12,1% y 1.328.000), de nuevo situada en el tercer puesto después de TVE I (14,3% y 1.626.000).
- **La edición de sobremesa de lunes a viernes** (13,7% y 1.619.000) es la más vista entre las televisiones comerciales y supera en 1,2 puntos a Antena 3 Noticias I (12,5% y 1.473.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h Fin de Semana** (13,7% y 1.316.000) es también referente informativo en la franja de *prime time*, por encima de Antena 3 Noticias (11,4% y 1.092.000).

ESPACIOS DE PRIME TIME

La oferta de *prime time* de Telecinco, compuesta íntegramente por espacios de producción propia las siete noches de la semana, es referente indiscutible del entretenimiento televisivo.

- **‘Supervivientes’** (29% y 2.970.000) crece casi 2 puntos respecto a junio y se mantiene imbatible en su franja con una ventaja de más de 20 puntos y 2 millones de espectadores sobre Antena 3 (8,4% y 864.000). Con un 27% de cuota, también es líder absoluto del *target* comercial. La final del reality alcanza un 33,1% de *share* y 3.441.000 espectadores, batiendo su récord de temporada y logrando su final más competitiva desde 2011.
- **‘Supervivientes. Tierra de nadie’** (20,2% y 2.231.000) es líder indiscutible en la noche de los martes, triplicando prácticamente en su franja la oferta de su competidor (7,7% y 845.000). Anota un 18,7% de *share* en *target* comercial, el mejor de su franja.
- **‘Supervivientes. Conexión Honduras’** (19,3% y 2.141.000) lidera la noche del domingo, crece 2,5 puntos respecto a junio, y se distancia casi 7 puntos de Antena 3 (12,2% y 1.355.000).
- **‘Perdóname, Señor’** (19,2% y 2.615.000) también lidera los miércoles, con 9,3 puntos de ventaja frente a Antena 3 (9,9% y 1.348.000). Es la primera opción del *target* comercial (18,5%) de su franja. La ficción promedia un 19,1% de *share* y 2.816.000 espectadores convirtiéndose en la miniserie más vista de la temporada.
- **‘Sábado Deluxe’** (17,0% y 1.454.000), programa más visto de la noche de los sábados, establece una distancia de 5,6 puntos sobre su competidor (11,4% y 975.000).

- **'All you need is love... o no'** marca un 10,8% de *share* y 1.210.000 espectadores. Por su parte, **'The Wall'** anota una cuota del 11,8% y 1.418.000 espectadores.

ESPACIOS DE DAY TIME

- **'El programa del verano'** anota el mejor dato del formato con un 17,1% de cuota y 487.000 espectadores. Supera en 3,6 puntos a 'Espejo Público Verano' (13,5% y 376.000). Logra el mejor *target* comercial de su franja (16,5%), 2,5 puntos más que Antena 3 (14%).
- **'Mujeres y hombres y viceversa'** (11,1% y 682.000) continúa liderando el *target* comercial (15,2%) y obtiene los mejores resultados en jóvenes de 13 a 24 años (27,4%).
- **'Cámbiame'** (11,5% y 1.187.000), oferta preferida entre las televisiones comerciales a 2,1 puntos de distancia de su principal competidor (9,4% y 968.000), lidera el *target* comercial (12,7%) de su franja.
- **'Sálvame diario'**, con la suma de sus ediciones 'Limón' y 'Naranja' (17,5% y 1.730.000) obtiene su mejor cuota desde junio de 2016. Supera 6,1 puntos en su franja a Antena 3 (11,4% y 1.129.000) y es líder en todos los *targets*.
- **'Pasapalabra'** (17,0% y 1.463.000) continúa imbatible en su banda horaria y suma 4,4 puntos más que su principal competidor (12,6% y 1.088.000). El concurso también anota el mejor *target* comercial de su franja (12,6%).

Cuatro (6,4%) gana a La Sexta (6,1%), que marca mínimo desde agosto de 2016

- Se mantiene un mes más como la tercera televisión comercial en espectadores menores de 55 años con un 7,3% de *share*, a 1,5 puntos de distancia de La Sexta (5,8%). Aventaja a su competidor en jóvenes de 13 a 24 años (7,2% vs 4,0%), espectadores de 25 a 34 (7,6% vs 5,4%) y de 35 a 54 (7,6% vs 6,8%).
- En *target* comercial, Cuatro (7,3%) se distancia 7 décimas de La Sexta (6,6%)
- En *prime time*, Cuatro se impone por segundo mes consecutivo a su rival (6,5% vs. 5,9%), con la mayor ventaja entre ellos desde el verano del año pasado.
- Además, supera a su competidor directo en el *daytime* (6,3% vs 6,2%) la mañana (7,0% vs 5,6%), sobremesa (6,8% vs. 6,4%) y *late night* (8,1% vs 6,4%).
- En su *core target* natural -espectadores de 16 a 54 años- Cuatro vence a La Sexta en todas las franjas: total día (7,6% vs 6,3%), *prime time* (8,8% vs 6,2%), *day time* (7,2% vs 6,3%) y *late night* (9,2% vs 6,8%).

ESPACIOS INFORMATIVOS

- **'Las Mañanas de Cuatro'**, que consigue el segundo mejor julio de su historia con un 10,8% de *share* y 651.000 espectadores, supera a La Sexta en su franja (10,2% y 617.000).
- **Noticias Cuatro I de lunes a viernes con Carme Chaparro** mejora en 6 décimas su cuota de junio (11,3% y 1.085.000)
- **Noticias Cuatro I Fin de Semana, con Marta Reyero y Roberto Arce** anota su tercera mejor cuota histórica (11,2% y 882.000). **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana** alcanza un 6,5% y 571.000 espectadores, sube 7 décimas respecto al mes de junio.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** alcanza un 7,3% de *share* y 862.000 espectadores casi duplicando a La Sexta (3,9% y 461.000). Crece 1,6 puntos, hasta el 8,9% en *target* comercial y se impone en 4,3 puntos a la oferta de su rival (4,6%) en ese parámetro.

ESPACIOS DE PRIME TIME, DAY TIME y LATE NIGHT

- **'First Dates' (L-J)** marca su mejor cuota de los últimos 5 meses con un 8,1% de *share* y 1.074.000 espectadores de lunes a jueves, superando en 2,6 puntos a su principal competidor (5,5% y 726.000). Crece en *target* comercial hasta el 10,8% casi duplicando en este parámetro a su rival (5,7%) y en espectadores de 25 a 34 (11,0% vs. 4,7%) y de 35 a 54 años (11,2% vs. 5,5%). En su edición del domingo supera también a La Sexta (6,4% vs. 5,3%).
- **'Planeta Calleja'** (9,6% y 1.387.000) también supera a La Sexta tanto en total individuos (5% y 726.000) como en todos los targets incluido el comercial (12,4% vs. 7,7%). Su emisión del 2 de julio protagonizado por Blanca Suárez iguala su segundo mejor dato histórico (9,6% y 1.387.000).
- **'En el punto de mira'** crece 0,6 puntos respecto a junio; marca un 8,2% y 1.066.000 espectadores y se impone a su competidor entre jóvenes de 13 a 24 años (8,8% vs. 8,3%) y en espectadores de 25 a 34 años (11,9% vs. 8,4%).
- **'A cara de perro'** (7% y 513.000) se impone a La Sexta en menores de 35 años, destacando el dato entre espectadores de 25 a 34 años (13,1% vs. 8%).
- **'Hermano Mayor'** (6,1% y 774.000 espectadores), por encima de su rival (5,5% y 694.000), alcanza su mayor ventaja en jóvenes de 13 a 24 años (9,6% vs. 3,9%).
- **'Cuarto Milenio'** aventaja los domingos a La Sexta (7,6% y 784.000 vs. 4,4% y 455.000) y supera el 9% en espectadores de 25 a 34 años (9,3%) y de 35 a 54 años (9,9%).

PRODUCCION AJENA Y CINE

- **'Expediente X'** (7,9% y 990.000) supera a su competidor (7,5% y 939.000) y crece hasta el 10,4% en *target* comercial.

- **'El Blockbuster Kids'** alcanza un 6,8% y 742.000 espectadores. Sube hasta el 8,8% en Target Comercial y supera en 3 puntos a La Sexta. La distancia en 13 a 24 años llega a los 10 puntos (13,3% vs 2,7%)
- **'Home Cinema'** consigue de media un 6,8% y 698.000 espectadores, se sitúa casi 1 punto por encima de La Sexta 5,9%

EVENTOS DEPORTIVOS

- **El partido de la International Champions Cup entre el Real Madrid y el Manchester United** (21,3% y 2.419.000) se convirtió en la emisión más vista del domingo 23 de julio otorgando a Cuatro ese día su segundo mejor *share* del año (10,3%). La tanda de penaltis de este encuentro reunió al 31,3% de *share* y 2.232.000 espectadores de media.
- **Partido Real Madrid-F.C. Barcelona** consigue una media de 1.780.000 y 48,6%. La emisión en diferido del domingo a las 12:00 alcanzó un 10,2% y 544.000 espectadores y también lideró su franja de emisión.

CANALES TEMÁTICOS

- Los canales temáticos de Mediaset España logran un **9,9% de share, su mejor dato de temporada**, frente al 7,8% de los canales de Atresmedia.
- **Factoría de Ficción** (3,4%), **el más visto de las televisiones temáticas**, suma 64 meses de liderazgo consecutivo, con su mejor registro del año en jóvenes de 13 a 24 años (9,3%), sólo superado por Telecinco y Antena 3. Amplía su ventaja en 9 décimas sobre Neox (2,5%), rival al que supera también en *target* comercial (4% vs. 3,5%).
- **Divinity** (2,3%), **tercer canal temático más seguido**, crece 1 décima respecto a junio y supera un mes más a Nova (2,2%). Domina el *target* comercial (3,1%) frente a Nova (2,2%) por 38º mes consecutivo con una ventaja de casi 1 punto. En mujeres de 16 a 44 años, *core target* del canal, sube al 3,9% superando también a su rival por séptimo mes consecutivo en este parámetro (3,4%).
- **Energy** (2%), mejor cuota histórica en junio, se impone a Mega (1,7%) por 13º mes consecutivo. En *target* comercial mejora en 4 décimas los datos respecto a julio del año pasado (2,3%) y en hombres de 25 a 54 años, *core target* del canal, anota su mejor dato mensual desde diciembre de 2015 (2,1%).
- **Boing** (1,6%), **canal infantil líder de la televisión comercial**, anota récord anual, crece 1 décima respecto a junio y supera a Disney Channel (1,2%) con su segunda mejor marca del año. Anota también su mejor dato de los últimos 14 meses y en niños de 4 a 12 años (13,3%), frente al 9,7% de su rival.
- **Be Mad** (0,6%) crece frente a julio del año pasado en total individuos (0,6%) y en *target* comercial (0,9%). En su *core target*, hombres de 16 a 44 años (1,1%) se mantiene en su mejor dato mensual y se posiciona por delante de otros canales que nacieron conjuntamente: Real Madrid HD (0,5%), Ten (0,5%) y DKiss (1,0%).

MEDIASET ESPAÑA (30,0%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO POR 39º MES CONSECUTIVO CON SU SEGUNDO MEJOR MES DEL AÑO

- Supera en 4,8 puntos a Atresmedia (25,2%), la mayor distancia desde hace un año.
- Acumula 17 meses de liderazgo ininterrumpidos en el **target comercial** (31,3%), marcando una distancia de 4,0 puntos sobre Atresmedia (27,3%), la mayor ventaja de los últimos 12 meses.
- En **prime time** anota su segundo mejor dato del año (30,4%), aventajando en 5,7 puntos a Atresmedia (24,7%), que alcanza mínimo desde agosto de 2016; en **day time** lidera también frente a su principal competidor (29,9% vs. 25,4%).
- Es el grupo que más público joven atrae: un 36,6% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 33,3% en los espectadores de 25 a 34 años frente al 27,1% y 29,2% de Atresmedia, respectivamente.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



[@mediasetcom](https://twitter.com/mediasetcom)

[/mediasetesp](https://www.facebook.com/mediasetesp)

@mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom