

## AUDIENCIAS JULIO 2012



**TELECINCO (13,3%), CADENA MÁS VISTA DEL MES CON 0,8 PUNTOS MÁS QUE ANTENA 3 (12,5%) EN TOTAL DÍA Y 3,5 PUNTOS MÁS EN *PRIME TIME* (14,3% VS. 10,8%)**



**CUATRO (5,7%), UN MES MÁS POR DELANTE DE LA SEXTA (4,6%) CON UNA VENTAJA DE 1,1 PUNTOS**



**NUEVO RÉCORD HISTÓRICO DEL CONJUNTO DE CANALES TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA (9,27%), QUE CRECE 1 PUNTO RESPECTO A JUNIO Y SE SITÚA A MÁS DE 3 PUNTOS DE DISTANCIA DEL GRUPO DE TEMÁTICOS DE ANTENA 3 (6,16%)**



**FACTORÍA DE FICCIÓN LIDERA ENTRE LOS CANALES TEMÁTICOS CON SU MEJOR DATO (3,4%) Y OBTIENE SU MAYOR DISTANCIA FRENTE A NEOX (2,8%). SE ADJUDICA TAMBIÉN EL *TARGET COMERCIAL* (4,2%)**



**DIVINITY ANOTA RÉCORD HISTÓRICO (1,5%), DUPLICA SU DATO EN MUJERES 16-44 AÑOS (3%) Y SUPERA A NOVA TANTO EN ESTE SEGMENTO (2,5%) COMO EN *TARGET COMERCIAL* (1,9% VS. 1,6%)**



**BOING, CUARTO CANAL TEMÁTICO MÁS VISTO CON NUEVO RÉCORD EN TOTAL DÍA (2,1%), CRECE HASTA EL 14,1% DE *SHARE* EN *TARGET INFANTIL* Y SUPERA A DISNEY CHANNEL (1,8% y 13%) EN AMBOS PARÁMETROS POR PRIMERA VEZ**



**ENERGY TAMBIÉN REGISTRA SU DATO MÁS ALTO (0,9%) Y ALCANZA EL 2% EN HOMBRES 25-44 AÑOS, SUPERANDO A NITRO (1,5%)**



**LASIETE (1,4%) CRECE RESPECTO A JUNIO E INCREMENTA SU REGISTRO EN EL *TARGET COMERCIAL* (1,7%)**

**MEDIASET ESPAÑA MANTIENE SU LIDERAZGO EN JULIO (28,3%) CON 9,6 DE VENTAJA SOBRE EL CONJUNTO DE CANALES DE ANTENA 3 (18,7%)**

**GANA TAMBIÉN EN *PRIME TIME* (28,1%) Y EN *TARGET COMERCIAL*, EN EL QUE CRECE HASTA EL 30,3% DE *SHARE***



Telecinco se adjudica también el liderazgo mensual en *target* comercial tanto de total día (12,8%) como de *prime time* (13,8%)

Además del *prime time*, la cadena gana las franjas de tarde (15,3%) y *late night* (14,4%), mientras que por mercados autonómicos supera a Antena 3 en Canarias (16%), País Vasco (15,8%), Asturias (15,7%), Aragón (14,4%), Galicia (13,7%), Andalucía (13,5%), Baleares (12,7%), Madrid (11,9%), Cataluña (11,2%) y “Resto” (13,9%)

Telecinco acumula 20 victorias en julio frente a 11 de Antena 3 y se impone a su competidor en cinco de las siete noches de la semana: martes, jueves, viernes, sábado y domingo

Informativos Telecinco, por delante de Antena 3 Noticias tanto de lunes a viernes (13,6%-618.000 vs. 12,4%-533.000) como de lunes a domingo (13%-682.000 vs. 12,3%-599.000). La edición de mediodía presentada por David Cantero se sitúa como el informativo más visto en julio entre las cadenas comerciales (14,7% y 1.881.000)

LA VICTORIA DE ESPAÑA SOBRE ITALIA EN LA FINAL DE LA EUROCOPA, PARTIDO MÁS VISTO EN LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA (15.481.000 Y 83,4%)

LOS TRES GRANDES PREMIOS DE MOTOCICLISMO EMITIDOS ESTE MES HAN ACUMULADO UNA MEDIA DEL 18,7% DE SHARE Y 1.608.000 ESPECTADORES, AUMENTANDO EN LA CATEGORÍA DE MOTOGP HASTA EL 30,9%, LA MEDIA MÁS ALTA DEL ACTUAL CAMPEONATO

“SÁLVAME DIARIO” (16,2% Y 1.671.000) Y “PASAPALABRA” (14,5% Y 1.200.000) SE HAN MANTENIDO IMBATIBLES EN LA TARDE

“HOSPITAL CENTRAL” (12,5% Y 1.833.000), “HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR” (16,9% Y 2.048.000) Y “EL GRAN DEBATE” (13,9% Y 1.220.000) HAN SIDO LOS ESPACIOS PREFERIDOS EN SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE EMISIÓN. “SÁLVAME DELUXE” (12,9% Y 1.289.000) HA AVANTAJADO EN 3,9 PUNTOS A LA OFERTA DE ANTENA 3 (9% Y 901.000)



Cuatro se impone a La Sexta en todas las franjas horarias: *prime time* (5,7% vs. 4,9%), *late night* (8,2% vs. 5,9%), tarde (4,7% vs. 4,3%), mañana (4,4% vs. 4,1%) y sobremesa (6,1% vs. 4,4%)

Gana a su competidor también en el *target* comercial de las tres franjas: total día (7,1% vs. 5,2%), *prime time* (7,1% vs. 5,6%) y *day time* (7,1% vs. 5,1%)

Adelanta a La Sexta 29 de los 31 días del mes y se impone en todos los sistemas de distribución y en 13 de los 14 mercados geográficos

LA OFERTA DE CINE EN LOS FINES DE SEMANA DE CUATRO TANTO DE SOBREMESA (8% Y 928.000) COMO DE PRIME TIME (9,6% Y 1.120.000) SUPERA A LA MEDIA DEL CANAL EN JULIO (5,7%)

ÉXITO DE LOS ESTRENOS DE FICCIÓN AJENA: “IMBORRABLE” (7,4% Y 1.047.000), LA CUARTA TEMPORADA DE “CASTLE” (8,3% Y 1.240.000), “ALPHAS (6% Y 873.000) Y “GRIMM” (8,7% Y 700.000)

“ME CAMBIO DE FAMILIA” (8,6% Y 1.042.000) Y “CALLEJEROS VIAJEROS” (7,1% Y 1.048.000) SUPERAN A SU INMEDIATO COMPETIDOR EN SUS RESPECTIVAS FRANJAS DE EMISIÓN

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET *españa.*

