

DIVINITY BATE EN JULIO RÉCORD HISTÓRICO EN TOTAL INDIVIDUOS (2,4%) Y *TARGET* COMERCIAL (3%) CON SU SEGUNDO MEJOR DATO EN MUJERES DE 16-44 AÑOS (4,1%)

- En *target* comercial (3%), Divinity ha experimentado un crecimiento del 30% respecto a julio de 2013 (2,3%) superando a Nova (2,6%) en 4 décimas
- En *core target* (mujeres entre 16 y 44 años) la cadena ha crecido un 17% sobre el dato de julio'13 (3,5%) hasta casi igualar el segundo mejor dato de su historia (agosto'13, 4,2%)
- En el *prime time* del *target* comercial alcanza asimismo un hito histórico con un 2,6% de cuota, al igual que entre las espectadoras de 16 a 44 años en dicha franja, con un destacado 3,3% de *share*
- El pasado 29 de julio, Divinity registró su máximo absoluto con un 3,4% de cuota en total individuos gracias al buen rendimiento de “Los descendientes” (5,1% y 695.000), emisión más vista del mes y película más seguida en toda la historia del canal
- Gracias a sus más de 2 millones de navegadores únicos, Divinity.es crece en julio un 69% respecto al mismo periodo de 2013
- Con más de 272.000 seguidores en Facebook y 172.000 en Twitter, Divinity es el canal temático de Mediaset España más seguido en redes sociales

Su innovación en el **desarrollo de contenidos** con novedosas propuestas en el ámbito del *branded-content* y el diseño de *spin offs* de programas de producción propia hoy incluso trasladados a la televisión generalista; su cuidada oferta de **ficción y *factuals***, sus rompedoras **campañas de imagen**, y su audacia a la hora de emprender **nuevas líneas de negocio a través de proyectos editoriales, musicales y de *e-commerce*** han dotado a Divinity, el canal femenino de España, de una **sólida imagen de marca ampliamente reconocida** no sólo por las mujeres, sino también por el público en general, que este mes ha anotado **máximos históricos de audiencia**, una de sus **mayores cifras de usuarios únicos** en su página web y el **liderazgo de participación social** entre las televisiones temáticas.

En julio, Divinity ha alcanzado con un 2,4% de *share* en total individuos su **récord mensual histórico**, situándose como la cuarta cadena más seguida entre los canales temáticos. El canal ha crecido un 30% en *target* comercial respecto al mismo mes del pasado año (2,3%) hasta alcanzar el 3% de cuota, convirtiéndose en el cuarto canal más visto en ese segmento, 4 décimas por delante de Nova (2,6%).

En su *core target* (mujeres entre 16 y 44 años), Divinity supera los registros anteriores con un 4,1% de *share*. Estos registros suponen un destacado incremento, superior al 40% en total individuos, respecto al mismo periodo del año anterior. Por franjas, **Divinity logra este mes con un 2,1% de *share* su récord mensual en *prime time*.** Este registro bate, además, un nuevo récord al crecer hasta el 2,6% de cuota en esta misma franja del *target* comercial.

En cuanto a su evolución semanal, **el canal finalizó la semana del 21 al 27 de julio con un 2,5% de cuota, su mejor registro semanal en total día de toda su historia.** Durante el mismo periodo, **Divinity alcanzó en el *prime time* su máximo anual con un 2,4% de *share*,** el doble que el registrado en la primera semana del año (1,2%). Además, **el martes 29 de julio el canal logró con un 3,4% de *share* su máximo absoluto impulsado por “Los descendientes” (5,1% y 695.000), película más seguida en toda la historia de la cadena y emisión más vista del mes en un *ranking* integrado por varias entregas de “El cuerpo del delito”, “Cazamariposas Fresh” o “Los Gemelos decoran dos veces”, uno de los últimos estrenos del canal.**

La web de Divinity, el canal temático de Mediaset más seguido en redes sociales, incrementa su tráfico un 69% respecto a julio de 2013 superando los 2 millones de navegadores únicos

La sintonía de los espectadores con los contenidos de Divinity se ha trasladado de forma ejemplar un mes más a las pantallas complementarias en Internet y Redes Sociales que hoy día conviven con la televisión.

Con más de 272.000 seguidores en Facebook y 172.000 en Twitter, Divinity ha vuelto a situarse en julio como el canal temático de Mediaset España más seguido en redes sociales, multiplicando por 7 los registros de Nova en Facebook (46.360) y por 9 en Twitter (21.000). Según estadísticas de Facebook, **las mujeres urbanas de 25-34 años forman su mejor audiencia con un 28% de *engagement*,** seguidas de las jóvenes de 18 a 24 años y las seguidoras de 35 a 44 años (ambas con un 20%).

Por último, **Divinity.es ha anotado en julio un destacado resultado con más de 2 millones de navegadores únicos, creciendo un 69% respecto al mismo periodo del año anterior (datos Omniture).**

Todas las novedades de Divinity en:
<https://www.facebook.com/divinityes>
https://twitter.com/divinity_es

