



El canal es el temático más visto del mes y alcanza récords históricos en todos los *targets*

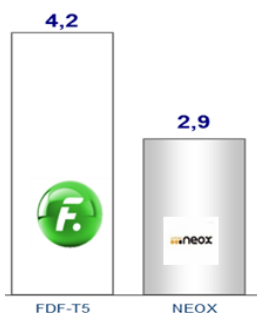
FACTORÍA DE FICCIÓN (4,2%) LOGRA EN JULIO LA CUOTA MENSUAL MÁS ALTA DE UN CANAL DE TDT

- Líder de los canales temáticos durante 27 meses consecutivos, Factoría de Ficción anota durante este mes récords históricos en todos los segmentos de audiencia: total individuos (4,2%), *target* comercial (5%), *core target* (público entre 13-34 años: 8,2%) y jóvenes de 13 a 24 años (11,2%), ámbito en el que se sitúa como el tercer canal más visto de la televisión en abierto, después de Telecinco (13,7%) y Antena 3 (11,6%), y el preferido entre los temáticos
- El canal finalizó la semana anterior (21-27 de julio) igualando con un 4,4% de *share* su récord semanal
- En ese mismo periodo, FDF alcanzó el 4,3% de cuota en *prime time*, registrando su récord anual
- De los 100 *spots* más vistos en el mes en los canales temáticos, FDF ha emitido el 91%

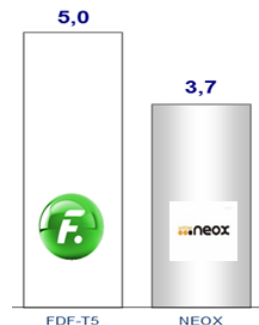
Factoría de Ficción mantiene en julio su liderazgo de los últimos 27 meses y consolida su hegemonía entre los canales temáticos batiendo récords históricos en todos los *targets* de audiencia. Gracias a su 4,2% de *share* en total individuos, FDF es nuevamente el canal más visto del mes y anota la cuota mensual más alta registrada por un canal temático en abierto en nuestro país, superando en 1,3 puntos a Neox (2,9%).

El canal de Mediaset España crece casi 1 punto y también alcanza su récord en *target* comercial, el segmento más seguido por la audiencia y más valorado por los anunciantes, con un 5% de *share*, 1,3 puntos más que su inmediato competidor (3,7%), lo que le sitúa a la cabeza de los temáticos en este *target*.

Total día. Total Individuos



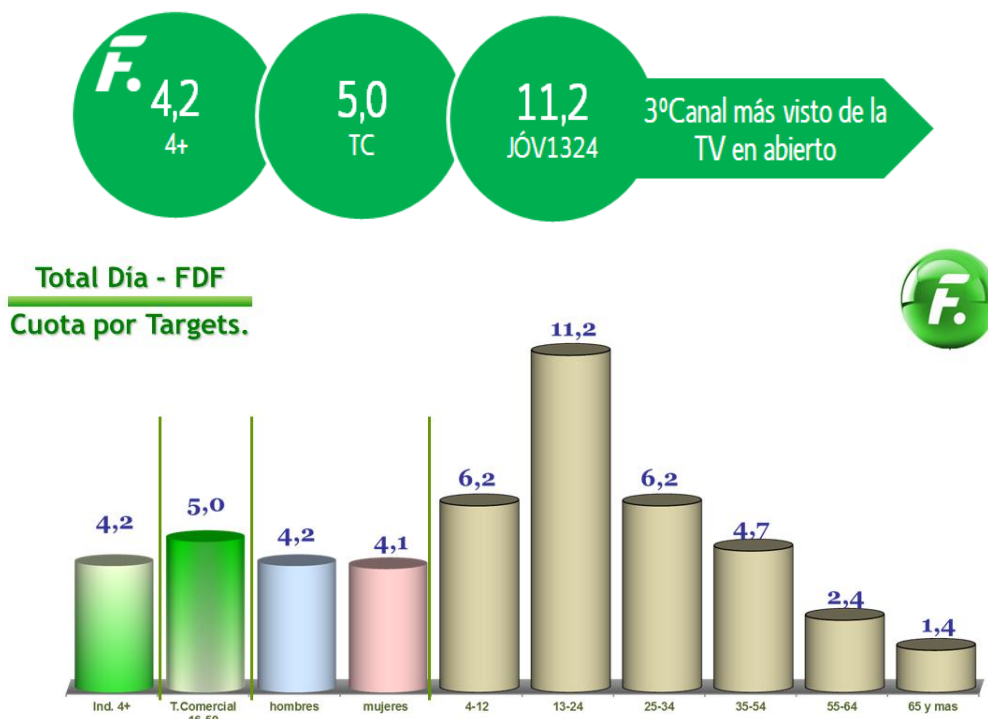
Total día. Target Comercial



FDF anota asimismo récord histórico entre su *core target* o audiencia preferente (público entre 14 y 34 años) con un 8,2% de *share*. En este ámbito, el canal obtiene su mejor rendimiento entre los espectadores jóvenes de 13 a 24

años, alcanzando un destacado **11,2% de cuota**, situándose como el **tercer canal en abierto más visto en ese target**, sólo por detrás de Telecinco (13,7%) y Antena 3 (11,6%), y el **primero entre los temáticos, a 2,5 puntos de Neox (8,7)**.

1 FDF ALCANZA SU MÁXIMO HISTÓRICO CON EL DATO MÁS ALTO DE UNA TDT EN UN MES



Además, durante la semana pasada (21-27 de julio), **el canal batió un nuevo récord con un 4,3% de share en prime time semanal**, superando por primera vez en su historia el 4% en esa franja. Por último, **el domingo 27 de julio FDF logró su máximo absoluto con un 4,9% de share en total individuos, un 6% en target comercial y un 11,3% en espectadores de 13 a 24 años**.

2 FDF ALCANZA SU MÁXIMO HISTÓRICO DIARIO EL 27 DE JULIO 2014



Evolución ascendente

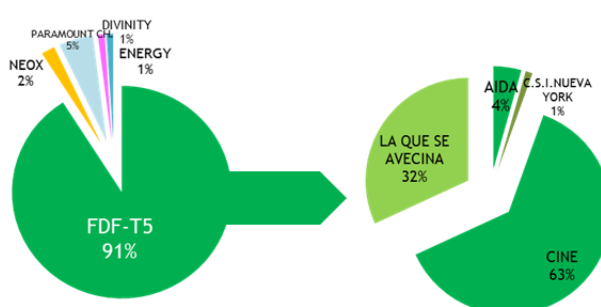
La acertada combinación de reconocidas ficciones nacionales con una amplia y escogida oferta de series de ficción extranjeras, a las que se han sumado distintos ciclos cinematográficos y eventos de programación, ha permitido a FDF mantener una evolución ascendente desde su nacimiento y, especialmente, a lo largo de 2014. **Durante este año el canal supera el 2,5% de share todas las semanas y consigue crecer 1,3 puntos respecto a la primera semana del año, en la que obtuvo un 3% de cuota.**

En julio, “La que se avecina” y el cine copan el *ranking* de las emisiones más vistas del canal, con “Shrek Tercero” como espacio más seguido del mes. Más de 1 millón de espectadores y un 6,9% de *share* acreditan a la película como la segunda cinta más vista del canal por detrás de “Ice Age 3”.

FDF, temático preferido por los anunciantes con gran éxito en redes sociales

El buen rendimiento de Factoría de Ficción lo convierte en un canal de éxito en el ámbito comercial. En julio, FDF emitió el 91% de los *spots* más vistos entre los canales temáticos. El anuncio programado en *prime time* el pasado 21 de julio (Brugal) encabeza el listado de *spots* más vistos con un 2,5% de *rating* publicitario, seguido por otros 15 emitidos igualmente por Factoría de Ficción.

3 DE LOS 100 SPOTS EMITIDOS EN EL MES POR LAS TDT, FDF EMITE el 91%



Julio también está siendo un buen mes para Factoría de Ficción en impacto social. El pasado jueves 3 de julio la película “Buscando a Nemo” alcanzó el segundo puesto en el *ranking* de *share* social con 27.608 impactos, por detrás del espacio “Mujeres y hombres y viceversa”, situando a FDF como segunda cadena más seguida en redes sociales con 28.646 impactos, sólo superada por Telecinco (76.042).

Top programas jue 3 julio		Top cadenas jue 3 julio	
Programa	Comentarios	Cadena	Comentarios
Mujeres y hombres y viceversa	49.532	Telecinco	76.042
Cine: Buscando a Nemo	27.608	FDF	28.646
Sálvame diario	15.742	Antena 3	26.879
El Chiringuito de Jugones	15.509	La Sexta	24.222
El Hormiguero	10.017	Cuatro	14.601
Antena 3 Noticias	6.826	La 1	6.896
Sin Identidad	5.999	Energy	2.945
Ex. ¿qué harías por tus hijos?	5.377	13tv	1.626
Todo va bien	3.532	Neox	698
Las mañanas de Cuatro	3.147	Divinity	347

Fuente: GLOBAL IN-MEDIA

Por su parte, “Shrek Tercero”, espacio del canal más visto del mes, fue otra de las emisiones de mayor impacto social. La famosa película de Dreamworks se convirtió en el cuarto espacio televisivo más comentado en redes sociales del pasado 21 de julio en un *ranking* liderado por programas de producción propia de Telecinco.