

Madrid, 1 de julio de 2017

## AUDIENCIAS JUNIO

MEDIASET ESPAÑA (30,4%) ANOTA SU  
MEJOR MARCA DE LA TEMPORADA

### **TELECINCO LIDERA JUNIO (14,4%) CON LA MAYOR VENTAJA DE LA TEMPORADA SOBRE ANTENA 3**

**La cadena iguala su mejor cuota del curso televisivo y aventaja en 2,3 puntos a su competidor (12,1%), que marca mínimo de temporada**

**Es el canal preferido entre los jóvenes de 13 a 24 años (12,9%) y de 25 a 34 años (13,6%) por 29º mes consecutivo**

- Obtiene el *target* comercial más alto de la televisión con un 13,5% de *share*, su mejor marca del año, 1,6 puntos por encima de Antena 3 (11,9%), que también anota mínimo en 2017.
- Lidera el *prime time* (14,8%) con su segundo mejor mes del año superando en 1,4 punto a Antena 3 (13,4%). Es además la televisión más vista en *day time* (14,3%), su mejor dato mensual de la temporada frente al 11,5% de Antena 3, que marca mínimo en esta franja desde agosto de 2011, y lidera en la franja de tarde (16,2%) y *late night* (18,8%).
- Es la opción preferida en 4 de las 7 noches de la semana y la cadena que más días lidera del mes: 24, el 80,0% de los días disputados. Además es la primera opción en 11 de los 14 mercados geográficos: Asturias (23,3%), Canarias (17,4%), Murcia (17,1%), Euskadi y Galicia (15,7%), Madrid (14,8%), Andalucía (14,5%), Valencia (14,3%), Aragón (13,7%), Cataluña (11,2%) y el denominado Resto (14,2%).
- Sitúa 9 emisiones entre las más vistas del mes, con géneros tan diversos como un evento deportivo (Roland Garros), una ficción ('Perdóname, Señor') y un programa de entretenimiento ('Supervivientes').

**INFORMATIVOS TELECINCO (14,4% Y 1.746.000),  
REFERENTE INFORMATIVO DE LUNES A DOMINGO  
(SOBREMESA Y NOCHE), A 2,4 PUNTOS DE DISTANCIA DE  
ANTENA 3 NOTICIAS (12,0% Y 1.441.000)**

- La edición de **Informativos Telecinco 21:00h** presentada por Pedro Piqueras (16,8% y 1.972.000), lidera de forma absoluta y marca una ventaja de 6 puntos con respecto a Antena 3 Noticias 2 (10,8% y 1.241.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h de lunes a domingo** (15,4% y 1.826.000) es también líder, superando en 4,4 puntos a su inmediato competidor (11,0% y 1.268.000), que se sitúa en tercer puesto, detrás del Telediario 2 de TVEI (12,1% y 1.529.000).
- En el cómputo global de las ediciones de sobremesa y noche (lunes a viernes), Informativos Telecinco también lidera (15,5% y 1.898.000), a 3,8 puntos de Antena 3 Noticias (11,7% y 1.423.000).
- **La edición de sobremesa de lunes a viernes** (14,4% y 1.830.000) es la más vista entre las televisiones comerciales y supera en 1,9 puntos a Antena 3 Noticias 1 (12,5% y 1.587.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h Fin de Semana** (12,2% y 1.482.000) es también referente informativo en la franja de *prime time*, por encima de Antena 3 Noticias (11,5% y 1.342.000).

**ESPACIOS DE PRIME TIME**

- **La gala de ‘Supervivientes’** (27,2% y 2.998.000) crece 2,9 puntos respecto a mayo, marca récord de temporada el 22 de junio (28,7% y 3.121.000) y es líder indiscutible en la noche de los jueves con una distancia de más de 17 puntos respecto a su competidor (9,7% y 1.067.000).
- **‘Supervivientes. Tierra de nadie’** (20,6% y 2.470.000), primera opción en la noche de los martes, supera a Antena 3 en su franja (12,1% y 1.451.000) y lidera en todos sus *targets*. Por su parte, el debate de **‘Supervivientes. Conexión Honduras’** (17,7% y 2.167.000) lidera la noche del domingo y se distancia 7,3 puntos de Antena 3 (10,4% y 1.277.000).
- Junio ha acogido el estreno de **‘The Wall’** (16,4% y 1.947.000) como líder de su franja frente al 14,1% de *share* y 1.667.000 espectadores de Antena 3 y obtiene un 16,1% de cuota en *target* comercial.
- En ficción, **‘Perdóname, Señor’** (18,3% y 2.774.000) también lidera los miércoles, con 9 puntos de ventaja frente a Antena 3 (9,3% y 1.407.000).
- **‘Sábado Deluxe’** (17,1% y 1.584.000), programa más visto de la noche de los sábados, incrementa 2,5 puntos respecto a mayo y establece una distancia de 5,3 puntos sobre su competidor (11,8% y 1.095.000).

## ESPACIOS DE DAY TIME

- **‘El programa de Ana Rosa’**, que cierra la temporada como líder (18,9% y 543.000), anota en junio un 18,7% de cuota y 537.000 espectadores y supera en 4,2 puntos a ‘Espejo Público’ (14,5% y 394.000), que anota mínimo anual.
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** (12,2% y 787.000), registra el segundo mejor dato de la temporada, y continúa liderando el *target* comercial (17,5%) y obtiene los mejores resultados en jóvenes de 13 a 24 años (29,4%).
- **‘Cámbiame’** (12,1% y 1.327.000), oferta preferida entre las televisiones comerciales a 2,5 puntos de distancia de su principal competidor (9,6% y 1.056.000), lidera el *target* comercial (13,9%) y entre espectadores de 35 a 54 años (12,8%).
- **‘Sálvame diario’**, con la suma de sus ediciones ‘Limón’ y ‘Naranja’ (17,3% y 1.778.000) obtiene la segunda mejor cuota de la temporada, supera ampliamente en su franja a Antena 3 (11,9% y 1.223.000) y es líder en todos los *targets*.
- **‘Pasapalabra’** (lunes-viernes) (17,0% y 1.634.000) continúa imbatible en su banda horaria y suma casi 5 puntos más que su principal competidor (12,2% y 1.170.000).

### IGUALA SU MEJOR DATO DE LA TEMPORADA (6,4%)

## CUATRO REPITE POR SÉPTIMO MES CONSECUTIVO COMO TERCERA TERCERA CADENA PRIVADA EN TARGET COMERCIAL (7,3%)

- Crece 0,3 puntos respecto a mayo hasta el 6,4% de *share*, siendo la única cadena que aumenta su cuota de pantalla en junio.
- Crece también en *target* comercial hasta el 7,3%. Su directo competidor desciende hasta un 6,8%.
- Se mantiene un mes más como la tercera privada nacional en espectadores menores de 55 años con un 7,1%, a 1,3 puntos de distancia de La Sexta (5,8%). Aventaja a su competidor en todas las franjas de edad: jóvenes de 13 a 24 años (7% vs 3,9%), espectadores de 25 a 34 (7,6% vs 5,5%) y de 35 a 54 (7,5% vs 6,9%).
- Por 85° mes consecutivo, desde junio de 2010, Cuatro se impone a La Sexta en espectadores jóvenes de 13 a 34 años, con 2,4 puntos de diferencia (7,3% vs 4,9%).
- En *prime time*, Cuatro alcanza su mejor marca de la temporada (7,3%), sube 1,3 puntos respecto a mayo y respecto a junio del año pasado. Supera a su principal competidor (7,0%) La Sexta, que pierde 0,3 puntos en un mes y 1,2 puntos en un año.
- Además, se impone a su competidor directo en la mañana (7,1% vs 6,3%) y el *late night* (7,3% vs 6,1%).

- En su *core target* natural -espectadores de 16 a 54 años- Cuatro supera a La Sexta en todas las grandes franjas: total día (7,5% vs 6,4%), *prime time* (9,2% vs 6,9%), *day time* (6,7% vs 6,1%) y *late night* (8,6% vs 6,1%).

## ESPACIOS INFORMATIVOS

- **‘Las Mañanas de Cuatro’** anota un 10,5% de *share* y 666.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro 1 de lunes a viernes con Carne Chaparro** marca un 10,7% de *share* y 1.098.000 espectadores, superando en su franja un mes más a Antena 3 (8,2% y 837.000).
- **Noticias Cuatro 1 Fin de Semana, con Marta Reyero y Roberto Arce** encadena su tercer mes de crecimiento y sube 2,1 puntos en un mes hasta el 11,9% y los 1.030.000 espectadores. **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana** también crece hasta el 5,8% de *share* y 609.0000 espectadores.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** refuerza su posición como referente indiscutible de la información deportiva, anota un 7,4% de *share* y 920.000 espectadores. Crece 1,6 puntos, hasta el 9,0% en *target* comercial y se impone en 3.1 puntos a la oferta de La Sexta (4,3% y 530.000) en ese parámetro.

## ESPACIOS DE PRIME TIME, DAY TIME y LATE NIGHT

- **‘First Dates’ (L-J)** anota un 6,9% de *share* y 1.093.000 espectadores de lunes a jueves, en competencia directa con los formatos de entretenimiento de sus rivales. En *target* comercial crece 2,3 puntos hasta el 9,2%. El *dating* lidera sobre su máximo competidor en menores de 34 años, destacando el 10,5% en 25-34 (frente al 8,0%) y el 7,8% en espectadores de 13 a 24 años (ante el 6,0% de La Sexta).
- **‘En el punto de mira’** crece 0,6 puntos respecto a mayo; marca un 7,6% y 1.060.000 espectadores y en *target* comercial sube al 9,5%, (+1,9 puntos). Se impone a su competidor entre los menores de 35 años (10,1% vs. 8,1%), destacando entre espectadores de 25 a 34 años (12,2% vs. 9,5%).
- **‘A cara de perro’** se convierte en el mejor estreno de un programa de producción propia de Cuatro del último año con un 10,0% y 1.664.000. Con un 7,2% y 1.146.000 espectadores de media, se impone a La Sexta (6,5% y 1.034.000) y destaca en *target* comercial (9,6%), a 0,9 puntos de su competidor (8,7%). Acumula un destacado 12,5% en públicos de 25 a 34 años.
- **‘Hermano Mayor’** (6,6% y 907.000 espectadores) supera a La Sexta en público menor de 34 años (9,2% vs 4,7%) y crece hasta el 7,2% en *target* comercial.
- **‘Planeta Calleja’** (8,1% y 1.323.000) también se impone a La Sexta en cuota de pantalla (6,5% y 1.061.000). En *target* comercial (10,6% vs 6,5%) se corona como líder indiscutible de su franja. Alcanza el 10,9% en espectadores de 35 a 55 años, frente al 6,3% promediado por su competidor en ese parámetro.
- **‘Cuarto Milenio’** aumenta su ventaja con La Sexta respecto a mayo, pasando de los 1,9 puntos de distancia de mayo a 3,2 puntos en junio. En franja, Cuatro promedia un

6,6% de cuota y 818.000 espectadores, frente al 3,4% y 428.000 de su rival. Además, la diferencia entre ambos se amplía en el *target* comercial (8,1% vs 3,9%).

- **'Dani & Flo'** sube este mes 1 décima (398.000 y 3,2%) e incrementa su cuota en jóvenes hasta el 5,5%.

## PRODUCCION AJENA Y CINE

- **'Mentes Criminales'**, con 5,5% de *share* y 908.000 espectadores, supera a La Sexta entre el público menor de 55 años (7,2% vs. 5,5%), con una importante ventaja entre los jóvenes de 13 a 24 años (6,6% vs 3,6%).
- **'El Blockbuster' de los martes** anota un 7,2% de *share* y 948.000 espectadores, incrementando sus cifras en *target* comercial hasta el 8,5%, donde supera a La Sexta, así como entre los menores de 55 años (9,0% vs. 7,4%), destacando el 9,3% en jóvenes 13-24 años. En sábado anota un 10,3% y 1.176.000 espectadores, con un 13,5% en *target* comercial frente al 6,6% de La Sexta en este parámetro.
- **'Home Cinema'** mantiene en junio su distancia sobre la oferta de La Sexta: la primera entrega obtiene un 7,9% y 954.000 espectadores frente al 4,0% y 491.000 de su competidor; la segunda alcanza un 6,2% y 665.000 frente al 3,7% y 400.000 de La Sexta.

## EVENTOS DEPORTIVOS

- **La final de Roland Garrós entre Nadal y Wawrinka** (26,5% y 3.455.000), emitida en Telecinco, líder indiscutible de su franja, duplica a su principal competidor (12% y 1555). Es la primera opción en todos los *targets* sociodemográficos con especial relevancia entre los hombres (31,8%) y los jóvenes (34,1%).
- **La Semifinal de Roland Garros entre Rafa Nadal y Dominic Thiem** en Cuatro promedia un 12,4% de cuota de pantalla y 1.099.000 espectadores. La cifra crece hasta el 14,6% en *target* comercial y lidera entre los jóvenes (18,3%) y los hombres (18,2%).
- **Los encuentros de la Selección Española en el Europeo de Fútbol Sub21** anota en Cuatro un 23,5% de cuota media de pantalla en todas sus emisiones y 2.843.000 espectadores, con un destacado 24,8% en *target* comercial. La final, que enfrentó a España con Alemania, alcanzó el 33,7% y los 4.151.000 convirtiéndose en el encuentro más visto de la Selección Sub 21 en 21 años. Sobresale en jóvenes de 13 a 24 años donde supera el 30% de cuota.

La final se sitúa entre las 10 emisiones más vistas del mes en las cadenas comerciales en 6 posición. En dicho ranking, Cuatro sitúa también el encuentro de semifinales disputado entre España e Italia (27,2% y 4.032.000 espectadores)

## CANALES TEMÁTICOS

- Los canales temáticos de Mediaset España acumulan un 9,6% de *share*, sumando 3 décimas respecto al pasado mayo y aventajando en 2,1 puntos a los de Atresmedia (7,5%).

- **Factoría de Ficción** (3,1%), **líder de las televisiones temáticas**, es el tercer canal más visto por los jóvenes de 13 a 24 años con su mejor registro mensual del año (8,8%), tan sólo superado por Telecinco y Antena 3. Acumula 63 meses consecutivos como temático más visto con una ventaja de 6 décimas sobre Neox (2,5%). Mantiene su hegemonía en el *target* comercial sobre su principal competidor (3,9% vs. 3,5%). La película **‘Guerra mundial Z** (4,6% y 694.000) ha coronado el ránking de emisiones del canal en junio.
- **Divinity** (2,2%), **tercer canal temático más seguido** y referente de la oferta de televisión dirigida al público femenino, supera un mes más a Nova (2,1%). Domina el *target* comercial (3%) frente a Nova (2,1%) por 37º mes consecutivo con una ventaja de 9 décimas. Acrecienta su media nacional hasta el 3,8% en mujeres de 16 a 44 años con su segundo mejor registro en temporada, superando en 5 décimas a Nova (3,3%). **‘Supervivientes: Resumen’** ha sido su emisión más vista del mes con un 5,1% de *share* y 631.000 espectadores.
- **Energy** (2,1%), **cuarta televisión temática más vista**, marca el mejor junio de su historia, aventajando en 3 décimas a Mega (1,8%) con la segunda mayor ventaja de la temporada. En *target* comercial anota su mejor registro mensual en junio (2,3%) y en hombres de 25 a 54 marca un 2,1% de *share*, creciendo dos décima respecto a junio de 2016. La ficción forense **‘C.S.I.’** (3,2% y 571.000) ha sido la emisión más seguida.
- **Boing** (1,5%), **canal infantil líder de la televisión comercial**, se impone a Disney Channel (1,2%) con su segunda mejor marca del año. Bate récord de temporada en niños de 4 a 12 años (12,9%), sumando 30 meses de liderazgo consecutivo y aventajando en 3,1 puntos a Disney Channel (9,8%). La película **‘Scooby-Doo 2: Desatado’** (3,1% y 455.000) ha sido el espacio con mayor audiencia del canal durante el mes.
- **Be Mad** (0,7%) iguala su récord histórico y crece hasta el 0,9% de *share* en el *target* comercial con su segunda mejor marca histórica. En su *core target*, hombres de 16 a 44 años (1,1%), bate récord histórico, superando a los nuevos canales, Real Madrid, Ten, DKiss y Atreseries. La emisión más vista de junio ha sido el **partido Inglaterra-Polonia de la Eurocopa Sub’21** con 1,5% de *share* y 183.000 espectadores.

## MEDIASET ESPAÑA (30,4%), GRUPO AUDIOVISUAL MÁS VISTO POR 38º MES CONSECUTIVO CON SU MEJOR MARCA DE LA TEMPORADA

- Suma 6 décimas respecto al mes pasado y supera en 4,3 puntos a Atresmedia (26,1%) con la mayor ventaja de la temporada.
- Acumula 16 meses de liderazgo en el **target comercial** (31,8%), marcando una distancia de 3,7 puntos sobre Atresmedia (28,1%), la mayor de la temporada.
- En **prime time** anota su mejor registro de la temporada (30,8%), aventajando en 3,6 puntos a Atresmedia (27,2%), y en **day time** se impone un mes más a su principal competidor (30,2% vs. 25,6%).

- Es el grupo que más público joven atrae: un 36,3% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 33,3% en los espectadores de 25 a 34 años frente al 27,4% y 29,9% de Atresmedia, respectivamente.

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.



 @mediasetcom

 /mediasetesp

 @mediasetcom

[www.mediaset.es/mediasetcom](http://www.mediaset.es/mediasetcom)