

Madrid, 1 de agosto de 2019

**Los temáticos de Mediaset España baten récord con el máximo histórico de Energy y el liderazgo indiscutible de FDF**

**Los temáticos de Mediaset España han crecido en el mes de julio hasta alcanzar una media del 9,5% de *share*, acumulando 63 victorias mensuales consecutivas con su dato más alto desde agosto del pasado año**

Mediaset España ha vuelto a ofrecer la oferta multicanal más vista de la televisión con un 29,7% en total día, a 4,4 puntos de Atresmedia (25,3%); un 30,8% en *prime time* frente al 25,2% de su inmediato competidor y un liderazgo indiscutible en *target comercial*, tanto de total día (31,8%) como de *prime time* (31,9%), superando en ambos a Atresmedia (26,2% y 26,5%).

Unos datos a los que han contribuido de forma notable los canales temáticos de la compañía, líderes por 63 meses consecutivos entre los que han destacado **Factoría de Ficción (3,1%)** y **Energy (2,6%)** como los más vistos de Mediaset.

En primer lugar, Factoría de Ficción, líder temático por 88º mes consecutivo, con su mejor dato desde agosto de 2018. Es el temático y la tercera televisión nacional más vista por los jóvenes de 13 a 24 años (8,2%), con un 3,8% en *target* comercial.

**Energy, en el pódium de los temáticos más vistos de julio**

**Energy** (2,6%), por su parte ha sido el tercer canal temático más visto con su **récord histórico** tanto en total día como en *target* comercial (3,3%).

La evolución ascendente del canal obedece al acierto en su estrategia de contenidos. Energy ha llevado a cabo en los últimos meses una gran apuesta por la ficción internacional dirigida al público comercial, que ha dado su reconocimiento a la cadena en el mes de julio. En Energy, destacan propuestas internacionales de las mejores series de investigación forense como ‘CSI Las Vegas’, ‘CSI Nueva York’ y ‘CSI Miami’; y grandes policiacas como ‘Mentes Criminales, ‘Hawai 5.0’, ‘Blue Bloods: Familia de policías’ y ‘Castle’.

Además, el estreno de la ficción ucraniana **‘The Sniffer’** el pasado 3 de julio tuvo acogida entre la audiencia que otorgó un 3,1% de *share*. El segundo **mejor arranque** de una serie en Energy tras ‘Los 100’.

**Han completado la oferta de los temáticos de Mediaset España Divinity** (1,9%), que ha vuelto a batir a Nova en *target* comercial (2,5% vs. 1,9%) y en mujeres 16-44 años (3,4% vs. 2,6%); **Boing** (1,3%), el canal infantil líder de la televisión comercial con un 10,7% de *share* en niños de 4 a 12 años, superando en 5 décimas a Disney Channel (10,2%) y **Be Mad** (0,5%), que ha marcado un 0,8% en *target* comercial y un 0,9% en hombres de 16 a 44 años, igualando su máximo anual.