

Madrid, 1 de agosto de 2020

**Telecinco, líder de julio todos los días del mes con la victoria en todas las franjas**

**Con un 14,8%, se ha impuesto por 3,7 puntos a Antena 3. Ha sido la primera opción en *prime time* y *day time*, donde sus bastiones en la mañana y la tarde no han dado opción a su rival, incluido ‘Sálvame Tomate’, nuevamente por delante de ‘Pasapalabra’**

**Informativos Telecinco ha anotado su mejor registro histórico en julio de los últimos 20 años en la media de sus principales ediciones de lunes a domingo, con casi 1,8 millones y un 16%. Pedro Piqueras ha seguido liderando de forma absoluta de lunes a viernes con 1,7M y un 16,4%.**

**El liderazgo de los temáticos sumado a la evolución positiva de los programas de producción propia de Cuatro, que ha superado a La Sexta en *prime time*, han permitido a Mediaset España liderar julio con un 29,3%, 3,6 puntos más que Atresmedia**

Telecinco ha vuelto a lograr en julio el hito alcanzando el mes anterior, acumulando no sólo una nueva victoria mensual de audiencias, con **23 meses de liderazgo ininterrumpido, sino que además se ha erigido como la televisión más vista en cada una de las 31 jornadas** disputadas este mes, acumulando más de 112 días de imbatibilidad absoluta consecutiva y liderando todas las franjas.

Con un **14,8% de *share,*** no ha dado tregua a Antena 3, de la que se ha distanciado 3,7 puntos al cerrar con un 11,1%, la mayor ventaja un mes de julio de los últimos 9 años.

Por franjas, ha sido la **referencia en *prime time* con un 13,8%** frente al 11,4% de Antena 3, a la que se impone por 11º julio consecutivo, y **en *day time* con un 15,1%,** a más de 4 puntos de su rival.

La principal cadena de Mediaset España se ha alzado con la **victoria del *target* comercial tanto del total día con un 14,4%,** a 3,8 puntos de su rival, como del ***target* comercial del horario estelar con un 13,6%,** a prácticamente 2 puntos de Antena 3.

Además, ha sido la **primera opción en la mañana con un 15,2%** frente al 10,5% de Antena 3; la **sobremesa con un 14,2%** frente al 13,6% de la segunda opción; **la tarde, donde ha disparado su dato al 17,1%** sobre el 10,9% de su rival; y el ***late night* con un 15,3%** frente a sólo un 8,5% de su inmediato competidor.

**Telecinco, un *prime time* vencedor las 7 noches de la semana**

La cadena ha sido la primera opción de ocio televisivo nocturno de lunes a domingo en el mes de julio con un mix de entretenimiento de producción propia que ha liderado sin rival en sus respectivas franjas: **‘La casa fuerte’** con casi un 20% y cerca de 2 millones los jueves y casi un 16% y 1,6M los domingos**; ‘La última cena’** con un 16,2% y 1,5 millones; **‘Got Talent: lo mejor del mundo**’, con un 10,6% y 1,1 millones; **‘Sábado Deluxe’** con un 16,6% y 1,5M firmando su mes de julio más visto desde 2016; el estreno de **‘Hormigas Blancas’** con un 13% y 1,2 millones y el **‘Cine 5 estrellas’** con un 13,0% y 1,4M.

**Y un *day time* que no descansa por vacaciones**

Desde que sale el sol hasta que se pone, los programas de Telecinco no entienden de descanso. Sí de directos, cercanía, actualidad y conexión con los espectadores en este verano tan atípico. El público ha vuelto a refrendar su preferencia absoluta por su producción propia de la mañana a la noche:

**‘El programa del verano’** ha registrado su mes de julio más visto de los últimos 13 años con un 17,2%, a 5 puntos de ‘Espejo Público verano’, con un 12,2%. En *target* comercial ha logrado un 19,2%.

**‘Ya es mediodía’**, con un 13,9% y 1,2 millones ha logrado su mejor julio histórico tras crecer 2,2 puntos sobre julio de 2019, con un *target* comercial del 15,0%.

Por la tarde, **‘Sálvame diario’** ha firmado su mejor julio de los 3 últimos años con un 17,2% y 1,7 millones. Todas sus ediciones han liderado su franja, con un 14,2 y 1,6M para **‘Sálvame limón’**, un 18% y 1,7M para **‘Sálvame naranja’** y un 18,0% y 1,6M para **‘Sálvame tomate’, que ha vuelto a superar a ‘Pasapalabra’,** con un 16,7% y 1,5 millones. En *target* comercial, ‘Sálvame Tomate’, con un 17,8% se ha distanciado en más de 4 puntos del concurso de Antena 3, que desciende hasta el 13,4%.

En fin de semana, **‘Socialite by Cazariposas’** ha igualado el mes más competitivo de su historia con un 15,7%, liderando su franja. También lo ha logrado **‘Viva la vida’** con su mejor julio histórico al congregar un 13,3%.

**Informativos Telecinco, su mejor seguimiento de julio en dos décadas**

Las ediciones de **sobremesa y tarde de lunes a domingo** de Informativos Telecinco han anotado su **registro histórico más alto de espectadores en un mes de julio de los últimos 20 años**, con casi 1,8 millones y un 16%.

La edición de **Pedro Piqueras** ha seguido liderando de forma absoluta de lunes a viernes acumulando **10 victorias consecutivas de julio entre las cadenas comerciales con una media de 1,7 millones y un 16,4%.**

Al medio día, **Informativos Telecinco 15 horas de lunes a viernes** ha alcanzado su **mejor dato de espectadores desde 2006** con casi 2 millones y un 16,0%.

Los fines de semana, Informativos Telecinco ha sido referencia absoluta tanto en la edición de las 15 horas, con un **16,3% y 1,7 millones, su mejor registro de los últimos 15 años en un mes de julio; como la de las 21 horas, con su edición de julio más vista desde 2008 con una media del 14,7% y 1,4 millones.**

**Progresión al alza de los programas de Cuatro, que se impone a La Sexta en *prime time***

Por su parte, **Cuatro** ha registrado **un 5% de *share* en el total día de julio,** dato que ha crecido al **5,7% en** ***target* comercial**. De nuevo, el público joven de **25 a 34, con un 6,2% de cuota de pantalla,** es la referencia del canal. **En el horario estelar, con un 5,2% Cuatro ha vencido por una décima a La Sexta**, y le ha superado por 0,8 puntos en el *target* comercial de la franja con un 6,4%.

En entretenimiento, **‘First Dates’** de lunes a jueves ha obtenido su mes más competitivo desde febrero con un 7,5% y casi 1M; **‘En el punto de mira’**, con un 5,8%, **‘Adivina qué hago esta noche**’ con un 6,1%, **‘Viajeros Cuatro’** con un 6% y **‘Cuarto Milenio’** con un 5,7%, han superado a La Sexta. Además, la cadena ha ofrecido **‘De la vida al plato’** con un 4,7% y ‘**El concurso del año’** con un 4,3%.

En su *day time*, ha destacado la excelente progresión de los programas de actualidad ‘**Todo es mentira’** con un 5,1%, 1,2 puntos más que en julio de 2019; así como de **‘Cuatro al día’** con un 5,6%, con un crecimiento de 2,6 puntos sobre el mismo mes del pasado año y ‘**Cuatro al día a las 20h’** ha anotado un 4,6%, 1,4 puntos más. En fin de semana, ‘Cuatro al día fin de semana mediodía’ ha registrado un 6,4%, mientras que la edición de noche ha obtenido un 4,4%.

**Los temáticos, líderes también en julio**

En cuanto a los **temáticos**, el conjunto de canales de TDT de Mediaset España, con un **9,5% de *share*** acumulan 75 meses de liderazgo consecutivo. **Factoría de Ficción** con un 2,8% en total individuos, un *target* comercial del 3,5% y un 7,9% en 13-24 años, es el canal temático más visto entre los jóvenes. **Energy, con una cuota de pantalla del 2,6% es el tercer canal más visto,** ha repetido su máximo anual tras crecer hasta el 2,9% en *target* comercial; **Divinity** registra un 1,9% en total individuos que sube hasta el 3% en mujeres 16-44 años, su máximo de 2020; **Boing, con un 12,9% en niños de 4 a 12 años** es de nuevo el canal infantil líder de la televisión comercial, con su mejor marca desde julio de 2017; y **Be Mad** ha registrado un 0,8% con un 1,1% en hombres de 16 a 44 años.

**Mediaset España, líder en todas las franjas y targets de julio**

**Mediaset España** con su conjunto de canales vuelve a ser este mes el **grupo de televisión líder de audiencia con un 29,3% de *share***, con una ventaja de 3,6 puntos respecto a Atresmedia, con un 25,7%. También se ha alzado con la victoria del *target* comercial, con un 30,6% de cuota de pantalla, a 3,6 puntos de su inmediato competidor, que registra un 27,0% de *share*. Es el grupo preferido especialmente entre los jóvenes de 13 a 24 años, donde alcanza un 35% de cuota de pantalla, 10,5 puntos más que Atresmedia, con un 24,5%, y entre el público de 35-54 años, con un 31,3% frente al 26,8% de Atresmedia. En *prime time*, Mediaset España es líder con un 27,6%, a 2,8 puntos de su rival, con un 24,8%.