

Madrid, 26 de julio de 2021

 **‘Domingo DeLuxe’ lidera su franja y supera el 20% de *share* entre los jóvenes**

**Con más de 1,4M y un 16,2%, el espacio de Telecinco creció hasta el 20,4% entre sus principales seguidores, los espectadores de 25 a 34 años, mientras que la telenovela turca ofrecida por Antena 3 congregó a su público más fiel entre los mayores de 65 años (21,1%).**

 **Cuatro (5,2%) aventajó en casi 2 puntos a La Sexta (3,6%) en el día, a la que también superó en todas las franjas.**

Más de 1,4M de espectadores y un 16,2% de *share* arroparon anoche **‘Domingo DeLuxe’**, anotándose la victoria en su franja, por delante de la oferta de Antena 3 (15,6%). El programa de Telecinco presentado por Jorge Javier Vázquez creció hasta el 17,4% de *share*, **con sus mayores seguidores entre los jóvenes de 25 a 34 años** (20,4%) frente al 7,2% de la oferta de Antena 3 en esta horquilla de edad y cuyo público más afín fueron los mayores de 65 años (21,1%). Por mercados regionales, destacaron **Madrid** (24,2%), **Andalucía** (19,5%), **Asturias** (19,5%) y **Canarias** (18,4%) al superar la media nacional.

Asimismo, en Telecinco también destacaron **‘Socialité by Cazamariposas’** (15,1% y 1,2M), **‘Viva la vida’** (14,7% y 1,4M) e **Informativos Telecinco 21 h** (14,2% y 1,4M) al superar la oferta de Antena 3 en sus respectivas franjas (9,9%, 12,3% y 13,3%).

**Telecinco fue ayer la televisión más vista del domingo** con un 13,9% de *share.* Se **impuso a Antena 3** **en todas las franjas: el *day time*** (13,9% vs. 12,1%); la **mañana** (9,1% vs. 7,9%); la **sobremesa** (14,5% vs. 13,9%); la **tarde** (15,5% vs. 12%); el ***prime time*** (14,2% vs. 13,3%); y el ***late night*** (18% vs. 16,9%). También se alzó con el triunfo del ***target* comercial**, con un 12,9% frente al 9,9% de su principal competidor.

**Cuatro también se impone a La Sexta en el día y en todas las franjas**

De igual forma, **Cuatro** (5,2%) aventajó en el total día a La Sexta (3,6%), imponiéndoser en todas las franjas: **mañana** (4,6% vs. 3,3%), **sobremesa** (5,5% vs. 4,6%); **tarde** (5,7% vs. 3,8%); ***prime time*** (4,9% vs. 3,6%), ***late night*** (5,9% vs. 2,1%), ***day time*** (5,3% vs. 3,6%) y ***target* comercial** (6,8% vs. 3,8%).

La programación de Cuatro acaparó un mayor interés por parte de los espectadores frente a su competidor, destacando el resultado de la doble entrega de **Home Cinema** con las películas **‘Piratas del Caribe: el cofre del hombre muerto’** (7% vs. 4,2%), con un *target* comercial del 9,9% y un 15,9% en espectadores **de 25 a 34 años** y **‘Territorio escualo’** (4,7% vs. 3,5%) y un 5,6% en *target* comercial; **‘Viajeros Cuatro’** (6% vs. 3,5%) y un 8% en *target* comercial; y ‘**Cuarto Milenio’** (5,1% vs. 2,5%) y un 7,3% en *target* comercial.