

Madrid, 1 de septiembre de 2021

Telecinco alcanza en agosto su tercer año de liderazgo consecutivo

**Colidera el mes con un 13,1% en total individuos y es la cadena más vista por todos los *targets* menores de 54 años y especialmente por los jóvenes. Ha liderado tanto el *day time* como en el *target* comercial del *prime time*, con su oferta de programas de entretenimiento y actualidad en directo, en la que ha destacado el estreno de ‘Alta tensión’, primera opción en su franja.**

**Mediaset España es el grupo de comunicación líder con el mejor *target* comercial en agosto de los últimos cuatro años. Su oferta ha sido la preferida del público joven, donde supera por casi 10 puntos a Atresmedia en el segmento de 13-24 años y por 4 puntos en el de 25-34 años.**

**Cuatro ha confirmado su destacado perfil comercial con conversión positiva en ese *target* y ha batido a La Sexta en *prime time* por tercer mes consecutivo. También ha superado a su competidor entre los jóvenes.**

**Telecinco** completa este agosto **tres años de liderazgo ininterrumpido**. Un nuevo triunfo sustentado especialmente en la fidelidad de la audiencia ante su variada oferta de **producción propia en directo**, de la mañana a la noche, y el buen **rendimiento de los programas de entretenimiento** emitidos en este periodo, especialmente de lunes a viernes, **todos ellos líderes** de sus respectivas franjas de emisión.

Con un **13,1% en total individuos** en agosto, la cadena ha coliderado el mes con Antena 3 (13,1%) y ha ocupado la **primera posición por 36º ocasión consecutiva y en 87 de los últimos 91 meses disputados**. Nuevamente, Telecinco ha demostrado su excelente perfil **liderando el *target* comercial también por 36º mes consecutivo** tanto en total día, con un 13,1% -su mejor registro en agosto desde 2011- con 2,2 puntos de ventaja sobre Antena 3 (10,9%), como en el ***prime time*** (12% vs. 11,8%) y en el ***day time*** (13,5% vs. 10,6%).

Además, la cadena ha vuelto a demostrar su **especial atractivo para el público joven**, siendo la gran referencia de todos los targets menores de 54 años frente a su principal competidor, con un 11,1% en el segmento 13-24 años y un 12,1% en el de 25-34 años frente al 8,9% y el 10,5% anotados por Antena 3, respectivamente. Telecinco ha sido también la cadena más vista en el ***day time* (13,7%)**, la **mañana (14,1%)**, la **tarde (15,7%)** y el ***late night* (12,4%)**.

**El entretenimiento más visto del *prime time***

La oferta de programas de entretenimiento de producción propia emitida por Telecinco en agosto ha liderado su franja de emisión en el horario estelar. Así, **‘Alta tensión’**, la gran novedad de programación de la cadena este mes, ha promediado un 11,8% y 1,4M de espectadores en el *prime time*, frente al 10,2% de Antena 3; las nuevas entregas de **‘La última cena’**, con un 13% y 843.000, han superado el 8,6% de su competidor; **‘Viernes Deluxe’**, con un 15,6% y casi 1,2M en sus programas de estreno, ha aventajado por más de 6 puntos a su rival (9,3%); el especial **‘Viva el verano’** ha logrado un destacado 14,8% y casi 1,1M, a más de 5 puntos de distancia de la oferta de Antena 3; y la nueva edición de **‘Ven a cenar conmigo: gourmet edition’** ha finalizado con un 11,4% y casi 1,1M, frente al 10,8% de su competidor.

En la noche del sábado, las nuevas entregas de **‘Volverte a ver’** han firmado un 10,4% y casi 1M, siendo también la referencia en su horario con 0,4 puntos de ventaja sobre Antena 3. También ha habido espacio para el **fútbol** al máximo nivel, con la emisión del **Stade de Reims-PSG**, que ha supuesto el debut de Leo Messi con el club francés y que con un 18,6% y 2,2M se ha situado como el **partido de una liga extranjera más visto de la historia** y la **emisión más vista del mes** en Telecinco.

La ficción internacional y el cine también han estado presentes en la programación con **‘DOC’**, que ha promediado un 11,1% y casi 827.000 espectadores con sus entregas de los lunes; y con el contenedor cinematográfico **‘Cine 5 estrellas’**, con un 10,6% y casi 1M en las películas emitidas los martes y los domingos.

**Informativos Telecinco**, por su parte, ha concluido agosto con un 13,9% y casi 1,4M en el cómputo de sus ediciones de sobremesa y *prime time* de lunes a domingo, mientras que de lunes a viernes ha firmado un 14% y más de 1,4M. La edición más vista de la cadena ha sido **Informativos Telecinco 15:00 horas** de lunes a viernes con un 15% y más de 1,6M. La media de las ediciones del fin de semana se ha situado en el 13,5% y casi 1,3M.

En la franja del *day time*, que Telecinco (13,7%) ha dominado con 7 décimas de ventaja sobre Antena 3, han destacado de lunes a viernes **‘El programa del verano’**, líder de su franja por 18º mes de agosto consecutivo con un 16,5% y 482.000, frente al 13,2% de Antena 3; **‘Sálvame Naranja’**, primera opción en su horario por 81º mes consecutivo con un 16,1% y más de 1,4M frente al 14,6% de su competidor; y **‘Sálvame Limón’**, que ha alcanzado el 12,6% y 1,3M, frente al 11,1% de su rival, logrando su segundo mejor agosto en *share* y miles de los últimos cuatro años. **‘Sálvame Tomate’** ha finalizado el mes con un 14% y casi 1,2M. Por su parte, **‘Ya es mediodía’**, con un 14% y casi 1,1M, ha firmado su mejor **dato de *share* en agosto desde su estreno**.

En el fin de semana, **‘Viva la vida’** ha firmado un 13,9% y casi 1,3M, frente al 11,6% de Antena 3; mientras que **‘Socialité by Cazamariposas’** ha alcanzado en la sobremesa un 13,3% y más de 1M, siendo la opción líder de las televisiones comerciales.

**Cuatro bate a La Sexta en *prime time* por tercer mes consecutivo**

**Cuatro (4,8%)** ha vuelto a demostrar en agosto su destacado **perfil comercial** convirtiendo en positivo hasta alcanzar el **5,6% de *share*** en el segmento del público más atractivo para los anunciantes y ha superado a La Sexta entre los **jóvenes de 13-24 años**, con un 4,8%, y **de 25-34 años**, con un 5,3%, frente al 4,2% y 4,6%, respectivamente, de su directo competidor.

La cadena ha obtenido un **5,5% en el *prime time***, **logrando batir ampliamente por tercer mes consecutivo y por sexta vez en agosto a La Sexta**, que ha anotado un 4,5% en esta franja. Ha crecido además hasta el **6,7% en el *target* comercial** del horario estelar, frente al 4,9% de su competidor. En ***day time*** ha registrado un 4,5%.

En lo que respecta a su oferta de *prime time*, **‘First Dates’**, con un 8,2% y 926.000, ha duplicado en su franja a La Sexta con un 4,1% y ha crecido hasta el 9,7% en el *target* comercial, el 9,8% en 35-54 años y el 11,6% en 25-34 años. Por su parte, **‘Todo es verdad’**, con un 6,2% y 603.000, ha superado el 4% de su competidor y ha anotado un 7,8% tanto en *target* comercial como en 35-54 años. Las entregas de la cuarta temporada de **‘Viajeros Cuatro’**, con un 4,9% y 574.000, han registrado un 6% en el *target* comercial y un 6,9% en 25-34 años.

Las series de **ficción internacional** se han impuesto con claridad y han convertido en positivo el *target* comercial: **‘FBI’** ha logrado un 7,1% y 573.000, frente al 6,5% de su competidor, y ha crecido hasta el 7,6% en *target* comercial (TC); **‘9-1-1’** ha promediado un 7% y 564.000, frente al 6% de La Sexta, con un 8,6% en el TC; y el prestreno de los primeros capítulos de **‘MacGyver’** ha alcanzado el 6% y 497.000, frente al 2,5% de La Sexta, con un 7,5% en el TC.

En *day time*, los espacios de actualidad **‘Todo es mentira’** y **‘Cuatro al día’** también han crecido en *target* comercial. El primero ha alcanzado en la sobremesa un 4,9% y 503.000, con un 6,1% en el TC, mientras que el programa vespertino ha registrado un 4,9% y 407.000, con un 5,6% en el TC. **‘Cuatro al día fin de semana’**, por su parte, ha firmado un 5,1% y 400.000, con un 5,3% en el TC.

**Los canales temáticos lideran por 88º mes consecutivo con FDF y Energy como los más vistos**

El conjunto de **canales temáticos de Mediaset España** han promediado en agosto un **9,2%, su mejor dato desde agosto de 2020**, con el que ha superado por 88º mes consecutivo a los de Atresmedia, que han promediado un 7,7%. **Factoría de Ficción**, con un 2,7%, ha sido el **temático más visto** en total individuos y también entre los **jóvenes de** **13-24 años, con un 8,1%**, su mejor dato desde julio de 2019, con el que se sitúa como la **tercera cadena en abierto** en ese segmento, frente al 3,3% anotado en ese *target* por su competidor, Neox. **Energy** (2,5%) ha sido la **segunda temática más vista** con el mismo registro que Nova, con un crecimiento hasta el 3,1% en el *target* comercial.

**Divinity** (2,3%) ha firmado su **mejor dato mensual desde agosto de 2020**, con un 2,6% en el *target* comercial frente al 2% de Nova, y un 2,5% en su *core* *target*, mujeres de 16-44 años. **Boing** (0,9%) ha vuelto a ser **líder entre el público infantil con un 11,5% en el *target* 4-12 años**, lo que marca una **distancia de 3,5 puntos con respecto al 8% registrado por Disney en el público infantil** (0,7% en total individuos). Por último, **Be Mad** (0,8%) ha crecido en el *target* comercial (0,9%) y entre los hombres de 16-44 años (0,9%).

**Mediaset España, grupo más visto en agosto, arrasa en el *target* comercial y entre los jóvenes**

Mediaset España ha sido con el conjunto de sus canales el **grupo audiovisual líder de audiencia en agosto** con una cuota del 27,2%, 1,1 puntos más que Atresmedia, al que ha superado también en el ***target* comercial** con un 29,6% -su mejor registro en agosto desde 2017- frente al 25,7% de su competidor; y entre el **público joven**: ha alcanzado un **32,3% en 13-24 años**, casi **10 puntos más que Atresmedia** (22,9%), y un **31,8% en 25-34 años** frente al 27,8% de su competidor.

La compañía ha alcanzado un 25,5% en ***prime time***, dato que ha crecido hasta el 28,5% en el *target* comercial de esta franja, casi 4 puntos más que Atresmedia (24,7%). En ***day time***, Mediaset España ha firmado un 27,8%, 1,4 puntos más que Atresmedia (26,4%), distancia que se ha incrementado nuevamente en el perfil más demandado por los anunciantes, con un 30% en el *target* comercial de la franja diurna frente al 26,1% de Atresmedia.