

Madrid, 17 de junio de 2022

**Mediaset España lidera el jueves impulsado por la victoria de Telecinco y de FDF y Divinity como los más vistos entre los temáticos**

**El grupo aventajó en 1 punto a Atresmedia en total individuos con un 28,7%, elevando su *target* comercial hasta el 31,5%, 4 puntos más que su competidor**

**Telecinco lideró el día (14,9%) con la hegemonía de ‘Supervivientes’ con un 19,8% y casi 1,8M en el horario estelar y ‘El programa de Ana Rosa’ (16%), ‘Sálvame Limón’ (11,7% y casi 1,2M) y ‘Sálvame Naranja’ (14,9% y casi 1,3M) en el *day time.***

**El conjunto de los temáticos entregó a Mediaset España un excelente 9,3% de *share,* con Factoría de Ficción (2,8%) y Divinity (2,6%) como los más vistos, seguidos de Energy (2,3%) en cuarta posición a tan sólo 1 décima del tercero.**

La fuerza habitual de los jueves del canal principal de Mediaset España encontró ayer en la oferta de canales temáticos la palanca definitiva para consolidar el liderazgo del grupo en la jornada. Con un 27,7%, 1 punto más que su inmediato competidor, **Mediaset España fue ayer líder por la victoria de Telecinco** y por **un excelente 9,3% de *share*** en el conjunto de **su oferta de canales temáticos,** copando **el podio de los más vistos con Factoría de Ficción y Divinity** y situando a **Energy** en cuarta posición a sólo 1 décima del tercero. Fiel a su tipología de público, **Mediaset España arrasó con un 31,5% de *share* entre los espectadores de mayor demanda comercial, a 4 puntos por delante de Atresmedia (27,5%)**

**Telecinco lidera el jueves (15%) con una nueva victoria de ‘Supervivientes’ (19,8%)**

**Telecinco lideró el día (14,9%) a 8 décimas de su inmediato competidor** (14,1%), elevando hasta el **16,2% de *share* su dato en *target* comercial**, donde abrió una distancia de casi 4 puntos sobre Antena 3 (12,3%). De nuevo, la brecha en este tipo de público se abrió debido a la conversión positiva de todos los espacios de Telecinco entre el público de mayor demanda por parte de los anunciantes y con el peso mayoritario de los jóvenes, frente al perfil de Antena 3, elegida principalmente por espectadores mayores de 65 años.

En el horario estelar, como cada jueves, **‘Supervivientes 2022’** con casi **1,8** **millones de espectadores y un 19,8% de *share*** volvió a ser la opción favorita para los espectadores en su banda de emisión, con 8,2 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 (11,6%). Creció en *target* comercial hasta el 19,9%, con los espectadores de 25 a 34 años como su público mayoritario, con un 23,1%.

De igual forma se impuso en las franjas de **mañana** (15%), con el liderazgo de **‘El programa de Ana Rosa’** (16% y 427.000), con datos por encima de ‘Espejo Público’ (12,2% y 321.000); en *late night* (25,5%), tarde (14,6%) y *day time* (15,1%), con las victorias de ‘**Sálvame Limón’** (11,7% y casi 1,2M) y **‘Sálvame Naranja’** (14,9% y casi 1,3M).

**Los temáticos de Mediaset España alcanzan un 9,3% con FDF y Divinity en cabeza**

Además, ayer destacó la suma del conjunto de los canales temáticos de Mediaset España, que con un 9,3% superó en 2,5 puntos al conjunto de temáticos de Atresmedia (6,8%).

**Factoría de Ficción (2,8%)** fue el más visto, seguido de **Divinity (2,6%),** que una jornada más fue el temático femenino líder con su mejor jueves de la temporada, por encima de Nova (2,4%). El excelente rendimiento de Divinity fue posible gracias a los datos de sus principales series: **‘Querida Madre’**, récord con un 2,8% y 227.000 espectadores; ‘**Huérfanas’** anotó otro máximo con un 3,1% y 262.000; ‘**Con olor a fresas’** fijó un nuevo récord por cuarto día consecutivo con un 2,6% y 229.000; ‘**Una parte de mí’** registró su *share* más alto con un 2,8% y 368.000 y ‘**Me robó mi vida’** fue líder absoluto de su franja de emisión entre los temáticos con un 3,7% y 280.000 espectadores.

**Energy (2,3%),** por su parte, se situó en cuarta posición a tan sólo 1 décima del tercero. Además, **Boing (0,9%) fue líder de los temáticos entre los niños de 4 a 12 años con un 12,7%** de share, superando tanto a ClanTV (10,6%) como a Disney Channel (5,5%).