

Madrid, 1 de agosto de 2022

**Mediaset España, grupo más visto de julio, líder del *prime time* e imbatible en *target* comercial, alcanza la mayor distancia en 12 meses sobre su inmediato competidor**

**Con un 27,6% de *share*, marca récord anual en total individuos a una distancia de 1,8 puntos de Atresmedia (25,8%) y crece hasta el 29,9% en *target* comercial, a 5,2 puntos de su competidor (24,7%), ambas magnitudes con la mayor distancia desde julio de 2021. También lidera el *prime time* (27,1%) siendo el único grupo que mejora sobre junio y el *day time* (27,7%), así como sus respectivos *targets* comerciales (29,4% y 30,1%).**

**Telecinco** **(13,1%) finaliza julio como líder absoluto del *target* comercial (13,9%) por 47º mes consecutivo a 2,9 puntos de Antena 3 (11,0%). Mejora 5 décimas en *prime time* (12,9%) tras alzarse con la victoria en 6 de las 7 noches de la semana.**

**Récord anual para el conjunto de los canales temáticos de Mediaset España (9,7%) con la mayor distancia (+2,8 puntos) sobre su competidor (6,9%) desde agosto de 2016. FDF (2,8%), Energy (2,7%) y Divinity (2,5%) copan de forma absoluta el pódium de los temáticos más vistos.**

**Líder del mes** en total espectadores, con una **sólida victoria en el público de mayor demanda del mercado** y con la **hegemonía en el horario estelar y el *day time***. Mediaset España cierra julio con una posición privilegiada entre los grupos de televisión en abierto impulsado por la oferta de sus **canales temáticos, que baten récord hasta alcanzar su mejor registro del último año** ocupando de forma absoluta el pódium de los más vistos.

Con un **27,6%,** Mediaset España marca récord anual de audiencia en total individuos con una ventaja de 1,8 puntos sobre su inmediato competidor (25,8%), la mayor distancia de los últimos 12 meses. La compañía crece 2,3 puntos hasta alcanzar un mes más la ***pole position* en *target* comercial con un 29,9%,** distanciándose 5,2 puntos de Atresmedia, cuya cifra en el segmento más atractivo para los anunciantes desciende hasta el 24,7%, la mayor ventaja entre ambos desde julio del pasado año.

Por franjas, el grupo se ha situado además como **líder del *prime time* (27,1%)** siendo el único que mejora sobre junio y el ***day time* (27,7%),** así como de sus respectivos ***targets* comerciales (29,4% y 30,1%).**

De nuevo, Mediaset España ha sido en **julio referente de los públicos jóvenes** con un 29,8% en 13-24 años, 6,2 puntos más que Atresmedia (23,6%); un 31,9% en espectadores de 25-44 años, 8 puntos más que su rival (23,9%) y un 31,1% en público de 45-54 años, 6,9 puntos sobre su inmediato competidor (24,2%).

**Telecinco, líder del *target* comercial en todas las franjas del día**

**Telecinco** **(13,1%) finaliza julio como líder del *target* comercial por 47 meses consecutivos con un** **13,9% de cuota,** 2,9 puntos por delante de su inmediato competidor (11,0%). La cadena muestra de nuevo una conversión positiva al público más demandado por los anunciantes, con 8 décimas más que en su dato de total individuos, frente al descenso de 2,6 puntos de Antena 3.

Telecinco se posiciona en julio como la cadena con mayor subida en ***prime time***, con 5 décimas más que en junio, hasta un **12,9%.** De nuevo, sobresale por su **positiva conversión al *target* comercial del horario estelar (13,8%), con el liderazgo absoluto** a 1,6 puntos de Antena 3, que en este estratégico segmento de espectadores cae al 12,2%, 2 puntos menos que su dato de total individuos.

La victoria de Telecinco en *target* comercial radica en la afinidad la cadena con los **públicos centrales**, con un 14,0% en el grupo de 25-44 años frente a la afinidad de Antena 3 con los espectadores de 75 años en adelante, segmento en el que crece hasta el 18,4%.

Además, la cadena se ha alzado en julio con el liderazgo de la **mañana (13,1%), la tarde (14%) y el *late night* (16,2%).**

**Telecinco, cadena más vista 6 de las 7 noches de la semana**

Telecinco ha sido líder de junio **en seis de las siete noches de la semana -martes, miércoles, jueves, viernes, sábado y domingo-** en la franja estelar comprendida entre las 22:30 y las 00:30 horas, en la que de nuevo ha destacado Supervivientes’, que con más de 2M de espectadores, un 22,5% de *share* y un 23,2% en *target* comercial, ha crecido 3,3 puntos respecto a junio. También lo han hecho **‘Supervivientes: Tierra de nadie’** (17,9%, casi 1,6M y un *target* comercial del 19,8%); **‘Supervivientes: última hora’** (11,4%, casi 1,3M y un 12,3% en público cualitativo) y el debate dominical **‘Supervivientes: Conexión Honduras’,** que ha liderado su franja con un 17,2%, 1,7M y un *target* comercial del 19,1%.

El **formato ha cosechado el mejor resultado de la televisión en abierto en el *prime time* de julio, tanto en cuota de pantalla como en su *target* comercial. Ha destacado especialmente entre el público joven, entre 25 y 44 años,** con un 21,8% para la edición delos martes, un 19,8% para el debate de los domingos y un 25,9% para la gala de los jueves**.**

Han sobresalido este mes en Telecinco las últimas entregas de ‘**Sálvame Mediafest 2022**’ (13,8% y casi 1,2 M) con el liderazgo absoluto de su franja y entre los jóvenes de 25 a 44 años (15,7%). Asimismo, ha dominado su banda de emisión **‘Viernes** **Deluxe’** (16,8% y 1,2M, con un 17,0% en *target* comercial), marcando su **mejor resultado mensual en *share* desde julio de 2021 e igualando el dato de octubre del mismo año**. El estreno de **‘Esta noche gano yo’ (11,4% y 1M)** se ha impuesto entre los públicos más dinámicos con un 12,9% de *share*, con especial incidencia entre los espectadores entre 25 y 44 años (14,7%).

En ficción, **‘Desaparecidos: la serie’** ha mejorado respecto a junio con un 7,9% de *share* y un 10% en *target* comercial, mientras que ‘**Pasión de gavilanes’** se ha impuesto en *target* comercial con un 10%.

**‘El programa del verano’, líder de la mañana**

**‘El programa del verano’**, ha sido el **programa matinal más visto** con una media en julio del 16,0% y casi 500.000 espectadores, estableciendo una ventaja de 3,7 puntos sobre su directo competidor, ‘Espejo Público: verano’ (12,3%). Ha sido **el espacio de entretenimiento con mejor *target* comercial del *day time*** (17,1%).

A continuación, **‘Ya es mediodía’** (13,2% y casi 1M) continúa imbatible en *target* comercial con subida hasta el 15,8%, al igual que **‘Sálvame diario’**, con una media del 14,5% en público cualitativo, un 13,0% en total individuos y 1,1M de espectadores. Por su parte, **‘Socialité by Cazamariposas’** ha renovado su dominio en público cualitativo con un 13,4%, con un 13,3% y casi 1M de seguidores en total individuos.

Respecto a los **Informativos**, la edición de mediodía de lunes a viernes ha obtenido una cuota de pantalla del 13,7% y 1,4M de espectadores, ascendiendo al 16,0% en *target* comercial; la de la noche concluye julio con su mejor *share* de los últimos 5 meses con un 11,7% y 1M, creciendo al 13,1% en *target* comercial. El matinal por su parte, ha cosechado un 11,4% y 12,8% en el público comercial y la edición del fin de semana ha alcanzado su mejor dato de los últimos 5 meses con una media (sábado y domingo) del 12,9% y 1,1M de espectadores, con un 13,6% en *target* comercial.

**Cuatro se impone a La Sexta en *prime time,* tarde y *late night***

La segunda cadena de Mediaset España ha obtenido un 4,8% en julio en total individuos, con un incremento de casi 1 punto **en *target* comercial (5,7%). En *prime* *time***, Cuatro se ha situado en julio **por delante de La Sexta** (5,4% vs. 4,4%), lo que no ocurría desde el mes de enero, y se adjudica también la **victoria en el *target* comercial del horario estelar con un 6,7%,** a 1,6 puntos de su directo competidor (5,1%), la mayor distancia en el último año entre ambas cadenas. También se ha impuesto en ***late night*** (4,8% vs. 4,3%).

En la franja de máximo consumo, destacan por superar a La Sexta en sus respectivas franjas ‘**Volando voy’** (6,6% y 7,6% en TC); ‘**First Dates’** de lunes a jueves (7,6%, su mejor cuota de los últimos 4 meses, y 9,1% en público cualitativo); ‘**First Dates’** los viernes (6,4%); ‘**Cuarto Milenio’** (5,6% y 7,5% en TC); **‘Futura’** (4,2% y 5,7% en TC); **‘FBI Most Wanted’** (5,2% y 5,9% en TC) y **‘9-1-1’** (7,9% y un 9,5% en TC).

Igual sucede en el *day time*, donde Cuatro también ha superado a La Sexta en la **franja de tarde** (5,3% vs. 5,1%). Destacan **‘Todo es mentira’** (4,8% y un 5,5% en TC); **‘Cuatro al día’** (4,9% y5,2% en TC), **‘Cuatro al día a las 20h’** (5,1% y 5,6% en TC), **‘Cuatro al día fin de semana mediodía’** (5,9%, igualando su mejor resultado de los últimos 4 meses, y 7,4% en TC) y **‘Cuatro al día fin de semana vespertino’** (4,8%, con su mejor *share* de los últimos 4 meses, y 6,4% en TC).

**Los temáticos de Mediaset España lideran julio con FDF, Energy y Divinity como los más vistos por primera vez en su historia**

Los canales temáticos de Mediaset España han contribuido notablemente al liderazgo del grupo en un mes en el que han cosechado cifras récord, tanto en su conjunto como de forma individualizada. Con un 9,7% de *share*, su mejor cifra desde agosto de 2019, han superado al conjunto de temáticos de Atresmedia (6,9%) por 2,8 puntos de ventaja, la mayor distancia desde agosto de 2016.

El grupo alcanza así **99 meses de liderazgo consecutivo** de las televisiones temáticas con datos al alza en sus principales televisiones, que han logrado **copar en solitario el pódium de los canales más vistos de su modalidad**, un hecho que nunca antes había ocurrido.

**En el primer puesto se ha situado Factoría de Ficción con un 2,8% de *share,*** su mejor resultado de los dos últimos años, ascendiendo al **3,8% en *target* comercial**. Escala hasta la tercera posición entre todas las televisiones en abierto en **jóvenes de 13-24 años con un destacado 7,7% en julio.**

Un mes más, destaca el avance de **Energy**, que con un 2,7% se posiciona como la **segunda temática más vista con su mejor julio histórico y su segundo registro mensual récord sólo superado por el 2,9% alcanzado en agosto de 2019.** En *target* comercial Energy crece hasta el 2,9% y alcanza también la segunda posición sólo superado por FDF.

**Divinity**, con un **2,5%, se consolida este mes como tercera televisión temática más vista** con su mejor dato en un mes de julio. En *target* comercial anota un 2,2%, 4 décimas por delante de Nova (1,8%). Entre las mujeres de 16-44 años crece al 3,2%, 5 décimas más que el mes pasado y su dato más alto desde agosto de 2020.

**Boing** (0,9%) cierra **12 meses consecutivos como líder temático del público infantil** con un **11,4%** enniños de 4 a 12 años, su mejor segundo mejor dato del año con la mayor distancia histórica sobre Clan TV (7,9%). Además, supera a Disney Channel (6,1%) por 5,3 puntos.

El canal de más que posee Mediaset España con respecto a Atresmedia, **BeMad,** concluye el mes con un 0,7% de *share*.