

Madrid, 10 de julio de 2023

Telecinco lidera el domingo impulsada por el estreno de ‘¡Allá tú!’ y el liderazgo de ‘Fiesta’

**Con un 12,3% de *share* y 1.284.000 espectadores*,* la primera entrega del concurso presentado por Jesús Vázquez fue la oferta más vista entre las cadenas comerciales, superando por 1,7 puntos a la de su inmediato competidor(10,6%). Lideró en *target* comercial (14,5%) y entre los espectadores menores de 55 años (14,8%).**

**‘Fiesta’ (13,1% y 1.229.000) se impuso al resto de ofertas en su franja con su programa más visto desde el pasado 12 de febrero y propició la victoria de Telecinco en la franja de tarde (13,7%).**

**Cuatro (5,5%) también se situó por delante de su directo competidor (4,6%) en el día con la doble entrega cinematográfica de ‘Home Cinema’, con ‘Misión imposible II’ (6,9%) y ‘La hija del lobo’ (6,2%), y ‘Cuarto Milenio’ (5,1%).**

Telecinco se alzó ayer con el liderazgo de la jornada con un 11,2% de *share* y del *target* comercial (10,6%), impulsada por el estreno del concurso **‘¡Allá tú!’** y la entrega más vista de **‘Fiesta’** en cinco meses. También fue la televisión con mayor audiencia en las franjas de tarde (13,7%) y *day time* (11,2%).

Con un 12,3% de *share* y 1.284.000 espectadores, el arranque de **‘¡Allá tú!’, presentado por Jesús Vázquez,** se situó 1,7 puntos por delante de su directo competidor (10,6%). Lideró entre los espectadores menores de 55 años (14,8%) y en *target* comercial (14,5%), con los públicos entre 25 y 44 años como sus principales seguidores (17,8%), Superó la media nacional en **Madrid (19,3%), Canarias (16,2%), Castilla la Mancha (14,2%), Euskadi (12,8%)** y en el denominado **‘Resto’ (16,4%)**. Además, registró más de **4 millones de contactos.**

En la tarde también destacó **‘Fiesta’** (13,1% y 1.229.000) al anotarse la victoria en su horario con **su mejor entrega desde el pasado 12 de febrero,** con casi tres puntos por delante de su inmediata competidora (10,2%). El espacio vespertino presentado por **Emma García** alcanzó casi 5 millones de contactos.

Por su parte, **Cuatro** marcó un5,5% de *share* en el día y creció al 6,3% en *target* comercial, con casi un punto de ventaja sobre su inmediato competidor (4,6%). El contenedor cinematográfico ‘Home Cinema’, con las películas **‘Misión imposible II’** (6,9%, 687.000 y un 7,9% en TC) y **‘La hija del lobo’** (6,2%, 568.000 y un 7,4% en TC), aventajó a la oferta de su competidor directo en sus respectivas franjas (4,4% y 3,8%). Y **‘Cuarto Milenio’** (5,1% y 536.000) creció al 6,1% en *target* comercial, por encima del 4,7% de su competencia.

**Mediaset España** lideró la jornada con un 27,1% de *share* y también lo hizo en *target* comercial (29,4%). Además, las **televisiones temáticas** del grupoacumularon un 10,4% de *share*, entre las que destacó **Be Mad** con un 1,8% de *share*, su **tercer mejor dato en domingo del año.**