

Madrid, 1 de julio de 2020

BALANCE AUDIENCIAS JUNIO

Telecinco es líder indiscutible todos los días del mes, todas las franjas y en todos los *targets*

Con un 15,3% y 22 victorias mensuales consecutivas, Telecinco se ha impuesto por 4 puntos a Antena 3

Su hegemonía que le ha llevado a registrar un contundente 15,6% en *day time*, su mejor dato del año frente a Antena 3, que con un 11% de *share* registra su peor marca histórica en un mes de junio en esta franja

La edición presentada por Pedro Piqueras es de nuevo el referente informativo nocturno frente a sus competidores con su segundo mejor dato mensual en cuota de la temporada, un 16,9% y 2,1M de espectadores

Telecinco ha vuelto a ser en junio la televisión favorita para los espectadores. Con un **15,3% de *share***, ha **liderado todos los días del mes, todas las franjas horarias, todos los targets de público** y no ha dado tregua a la competencia, con una ventaja de 4 puntos sobre su principal competidor, Antena 3, que cierra el mes con un 11,3%.

La principal cadena de Mediaset España ha destacado especialmente en la franja de ***day time*** al anotar **su mejor dato del año con un 15,6% de *share*, frente al peor resultado histórico en esta franja en un mes de junio de Antena 3, donde el competidor baja al 11%**. Telecinco se ha alzado con la victoria, entre las cadenas comerciales, de todas las noches de la semana y ha copado en junio, con **'Supervivientes'**, el ranking de las emisiones más vistas del mes, obteniendo **en el horario estelar un 14,7%**, casi 3 puntos más que Antena 3, con un 11,9%, y un **16,9% en *late night***, duplicando a Antena 3, con un 7%.

De igual forma, la oferta informativa de Telecinco ha vuelto a ser el referente para el público en nuestro país durante la desescalada y el inicio de la "nueva normalidad". Sus ediciones de **sobremesa y tarde de lunes a domingo** han anotado su **registro histórico más alto en espectadores en un mes de junio con 2.042.000 espectadores y un 16,1% de *share***. Además, la edición de **Pedro Piqueras ha seguido liderando de lunes a viernes con su segundo mejor dato mensual en cuota de la temporada con un *share* del 16,9% y 2,1M**.

Por su parte, **Cuatro** ha registrado **un 5,2% de *share* en el total día de junio**, dato que ha crecido al **5,7% en *target* comercial**. De nuevo, el público joven de **25 a 34, con un 6% de cuota de pantalla**, es la referencia del canal.

En cuanto a los **canales temáticos**, el conjunto de canales de TDT de Mediaset España, con un **9% de share**, ha alcanzado su **mejor registro desde agosto de 2019**, superado en más de 1 punto a los de Atresmedia. **Factoría de Ficción** ha crecido respecto a mayo al 2,7%, siendo el canal temático más visto entre los jóvenes de 13 a 24 años con un 7,9%; **Energy**, con una **cuota de pantalla del 2,3%**, ha mantenido su dato de mayo; **Divinity** registra un 1,9% en total individuos que sube hasta el 2,7% en mujeres 16-44 años; **Boing**, con un **13% en niños de 4 a 12 años** es de nuevo el canal infantil líder de la televisión comercial, con su mejor marca desde julio de 2017; y **Be Mad** ha igualado con un 0,7% su mejor dato histórico en junio.

Mediaset España con su conjunto de canales vuelve a ser este mes el **grupo de televisión líder de audiencia con un 29,5% de share**, con una ventaja de 3,5 puntos respecto a Atresmedia, con un 26%. También se ha alzado con la victoria del *target* comercial, con un 30,3% de cuota de pantalla, con 2,8 puntos sobre su inmediato competidor, que registra un 27,5% de *share*. Es el grupo preferido especialmente entre los jóvenes de 13 a 24 años, donde alcanza un 34,5% de cuota de pantalla, casi 10 puntos más que Atresmedia, con un 24,8%, y entre el público de 35-54 años, con un 31,5% frente al 26,7% de Atresmedia.