

Madrid, 28 de febrero de 2020

**AVANCE AUDIENCIAS**

**Cuatro cierra su mejor febrero desde 2016 liderando sobre La Sexta en *target* comercial y *prime time*, donde bate récord histórico desde el Mundial de Fútbol de 2010**

**Cuatro crece hasta el 6,2% de *share*, su mejor dato mensual desde julio de 2018 y su mejor febrero desde 2016, recortando a sólo 4 décimas su distancia sobre La Sexta, que cae 0,7 puntos sobre febrero de 2019. Es nuevamente la televisión que mejor convierte al *target* comercial con un 7,4%**

**Supera a La Sexta por segundo mes consecutivo en *prime time* con un 7,6% tras crecer 2,4 puntos sobre febrero de 2019, frente al descenso de 9 décimas de La Sexta. Anota un 9,0% en *target* comercial del horario estelarcon 2,4 puntos más que su inmediato competidor**

El acierto de Mediaset España con sus propuestas de contenidos transversales en el horario estelar y la evolución al alza de la oferta de Cuatro con sus programas de producción propia en *day time* y *access prime time* va a traducirse en febrero en el segundo mes de crecimiento sostenido de la cadena, que con un **6,3% de *share*, anota hasta la fecha su mejor dato mensual desde julio de 2018 y su mejor febrero desde 2016, recortando a sólo 4 décimas su distancia sobre La Sexta, que con un 6,7% cae 0,7 puntos sobre el mismo mes de 2019.**

El éxito de la emisión transversal con **‘La isla de las tentaciones’** y el estreno de **‘Supervivientes: tierra de nadie’** ha favorecido el incremento de 2,4 puntos en *prime time* hasta un **7,6%** respecto a febrero de 2019, marcando **su mejor dato de los últimos 10 años**. Por segundo mes consecutivo, supera a La Sexta en prime time con la mayor distancia desde agosto de 2016. También la duplica en *late night* con un 10,4% y crece 0,8 puntos en *day time* respecto a febrero de 2019 hasta el 5,6%.

**Cuatro** anota su máximo mensual en ***target* comercial** desde julio de 2018 y es la **cadena que mejor convierte su dato al segmento de público más atractivo comercialmente con un 7,6%, por delante de La Sexta.** Alcanza además una ventaja de 3,6 puntos entre los espectadores de 13 a 24 años con un 8,3% y de 1,9 puntos entre los de 25 a 34 años con un 8,5%.

De igual forma, Cuatro registra su máximo de los últimos 10 años en el *target* comercial de *prime time* hasta un 9%, con 2,4 puntos de ventaja sobre su competidor.

**El éxito de la producción propia de Cuatro**

Entre los programas de *prime time* han destacado **‘La isla de las tentaciones’**, que en febrero ha acumulado una media del **28,5% de share y 3,3 M de espectadores,** cuadruplicando en su franja a la oferta de Antena 3 (6,8%) y quintuplicando a la de La Sexta (4,7%). Ha sido la primera opción la noche de los martes con un 34,4% en *target* comercial, con un 48,1% en menores de 35 años. **‘El debate de las tentaciones’ (15,3% y 1.7 M)** también ha triplicado a La Sexta y ha sido imbatible en *target* comercial con un 18,2%.

El estreno de **‘Supervivientes: tierra de nadie’ (23,2% y 3,3 M)** ha sido el **mejor debut de la temporada en Cuatro**, con 3,4 puntos más respecto al arranque del formato el pasado año (19,8%), liderando en todos los targets. Multiplicó por cuatro los datos de Antena 3 (5,7%) y La Sexta (4,5%).

**‘First Dates: crucero’ (7,2% y 991.000)** ha superado a La Sexta en su franja. **‘First dates’** de **lunes a jueves** (7,8% y 1,3 M) también se ha situado por encima de La Sexta en su franja, al igual que la edición de los **viernes** (6,5% y 961.000).

Han destacado además **‘Planeta Calleja’ (7,8% y 1 M)**; **‘El Concurso del Año’ (5,4% y 490.000**), con su mejor dato mensual de los últimos 6 meses; **‘Cuatro al día’ (3,8% y 367.000)**, con su **segundo** **mejor dato mensual en cuota de pantalla** y **‘Cuarto Milenio’ (6,6% y 748.000**), por encima de La Sexta.

**(\*) Datos 1-26 de febrero de 2020**