

Madrid, 16 de junio de 2020

**Las cifras que sitúan a Telecinco como la televisión ‘oficial’ del Estado de Alarma**

El pasado 16 de marzo, el Gobierno decretó por primera vez en la historia de la Democracia el inicio del Estado de Alarma ante la pandemia de la Covid-19. Tres meses después, y a escasos días para que éste finalice, el balance a nivel televisivo manifiesta de forma evidente la **elección unánime de Telecinco por parte de los espectadores y los usuarios**, fieles a la oferta de la cadena tanto en soporte lineal como digital durante todo el confinamiento.

Estas son las cifras que la convierten en **la televisión oficial en España de esta histórica etapa:**

* La **cita constante con el espectador**. Los ciudadanos han buscado Telecinco para informarse, entretenerse y evadirse con una extraordinaria constancia. De los 92 días disputados, la cadena ha liderado 89. La victoria sostenida día a día, en todas las franjas y en todos los *targets* de espectadores le ha otorgado una cuota de pantalla del 14,7%, 3,6 puntos más que su inmediato competidor, Antena 3, con un 11,1%.

Su evolución al alza durante el confinamiento ha sido notoria: Telecinco cerró marzo con un 14,3% de *share*; en abril subió al 14,4%, en mayo alcanzó el 15,4% y en el acumulado de \*junio se sitúa en una cuota de pantalla del 15,5%.

* Los **jóvenes y el *target* comercial, fieles** a Telecinco. Dos segmentos de público de alto valor para los anunciantes, que también han preferido Telecinco ante cualquier otra oferta con un 14,0% entre el público de 25 a 34 años y un 14,4% en target comercial, con diferencias de hasta 3,6 puntos sobre Antena 3.
* **De la mañana a la noche: una curva de audiencia que nunca se ha aplanado**. Mientras la audiencia esperaba que la famosa curva de la pandemia se fuera aplanando, la curva de audiencias de Telecinco crecía, gracias a la conexión de la cadena con un público ávido de información presentada de manera objetiva, con sencillez y cercanía por parte de todos sus comunicadores. Desde la mañana hasta la noche, sus programas de producción propia han modulado su tono y sus contenidos para atender con agilidad y eficacia la necesidad de la ciudadanía, ofreciendo de forma didáctica toda la actualidad de cada jornada, y destensando a su vez la tristeza y la angustia provocadas por la realidad a través de una cuidada conjugación de actualidad y entretenimiento. Un ejercicio de malabarismo altamente exigente, adaptando protocolos de trabajo a las medidas sanitarias, en el que Telecinco ha demostrado contar con el respaldo mayoritario de los espectadores.
* **Un *day time* de aplauso**. Con un **14,7%**, Telecinco se ha distanciado casi 4 puntos de la segunda opción.

En la mañana (14,5%) **‘El Programa de Ana Rosa’** con casi 1M de espectadores y un 17,4%, se ha distanciado 5 puntos de ‘Espejo Público’ (12,5%), con el mejor *target* comercial de todos los programas de *day time*, un 19,5%. En sobremesa (13,9%), ‘**Ya es mediodía’** ha batido récord con una media del 14% y casi 1,7 M.

Por la tarde, la ventaja de Telecinco sobre Antena 3 se ha ampliado a más de 6 puntos con un 16,6%. Artífice de ello ha sido **‘Sálvame’,** que con un 17,4% y 2,3M, ha logrado sus mejores registros históricos durante el confinamiento, y son 11 los años que acumula en antena, superando con creces las múltiples y ambiciosas combinatorias de programación de la competencia en su franja, donde en estos tres meses se ha distanciado más de 7 puntos.

* **Informativos Telecinco, la referencia nocturna.** Estadísticas, ruedas de prensa, videodeclaraciones, informes, decretos, votaciones, prórrogas, fases y más fases. Nadie le conocía, pero el coronavirus se proclamó protagonista. Una cantidad ingente de información en torno a él que no ha sido fácil de asimilar por la mayor parte de los espectadores, y que ha acudido cada noche a Telecinco a esclarecer, ordenar y comprender sus porqués. Ha sido intensa la labor llevada a cabo por Informativos Telecinco para trasladar en el **horario estelar de lunes a domingo hasta cerca de 2,6 M de espectadores y un 15,5%** todo cuanto ocurría. Sin opinión ni adoctrinamientos, marcando mes a mes récords de audiencia. El Estado de Alarma ha suscitado gran interés en cada una de las múltiples **comparecencias del presidente Pedro Sánchez, con Telecinco como la cadena que más veces ha sido elegida** por los espectadores para informarse, con datos que en ocasiones, han superado los 3M de seguidores. La edición de Pedro Piqueras de lunes a viernes ha liderado su franja durante el confinamiento, congregando a una media de 2,6M y 15,8% de *share*.

Telecinco ha mantenido esa misma sintonía con los espectadores durante el fin de semana, en el que la media de las ediciones de Informativos, con un 14,9% y 2,4M han sido también la primera opción frente a sus rivales, con máximos de audiencia mes a mes.

* **Entretenimiento líder en confinamiento y desescalada en *prime time***. Han transcurrido 92 días de Estado de Alarma. 92 días y 92 noches en los que la ciudadanía, sumida en la preocupación, la solidaridad y el dolor, ha resuelto un panorama profesional y doméstico de todo menos normal, ante el cual la mayor parte de los espectadores ha elegido Telecinco y su oferta de entretenimiento como medida lúdica de evasión y desconexión.

Así, la cadena ha liderado en horario estelar con un **14,8%, 2,9 puntos más que Antena 3**. Las 10 emisiones más vistas han sido de Telecinco, con la histórica edición de **‘Supervivientes’ acaparando las cuatro primeras con datos por encima de los 4M**. La película más vista también ha sido de Telecinco, ‘Cincuenta sombras más oscuras’, el título de **cine más visto en lo que llevamos de 2020.** Han completado la oferta de entretenimiento en cuarentena **‘Got Talent: lo mejor del mundo’ (15,2% y casi 2M), ‘Ven a cenar conmigo: gourmet edition’ (12,6% y casi 2M) y ‘La última cena’ (16,2% y 2M),** todos ellos imbatibles en su franja; así como **‘La casa fuerte’ (22,1% y más de 2,1M), que es el estreno más competitivo del Estado de Alarma.**

En fin de semana, ‘**Socialitè by Cazamariposas’**, con 1,6M, ‘**Viva la vida’ con casi 2M** y ‘**Sábado Deluxe**’ con 2,3M **también han liderado su franja**.

* La **desescalada del confinamiento ha sido dispar entre comunidades, pero no así el liderazgo de Telecinco**, mayoritario en todas ellas: Asturias (18,3%), Canarias (17,5%), Murcia (17,3%), Madrid (16,8%), Andalucía (15,9%), Galicia (15,7%), Euskadi (14,5%), Castilla León (14,0%), Baleares (13,7%) y Resto (14,7%). Ha sido además la cadena nacional más vista en Cataluña (10,9%).