

Madrid, 10 de junio de 2021

**‘Supervivientes 2021’ reafirma su liderazgo ante su nueva competencia con una ventaja de 7,4 puntos**

**Con 2,1M y un 23,5%, se impuso en su nueva ubicación a ‘Mask Singer’ (17% y 1,8M), con los jóvenes de 13 a 24 años como principales seguidores (29,2%)**

**El espacio previo a la gala, ‘Supervivientes: Express’ (16,6% y 2,4M), así como el posterior, ‘Supervivientes: Diario’ (16,5% y 419.000), también vencieron en sus respectivas franjas de emisión**

**‘Supervivientes 2021’** reconfirmó anoche su éxito con el liderazgo en su nueva ubicación ante más de **2,1 millones de espectadores y un 23,5% de *share***. El concurso presentado por Jorge Javier Vázquez se impuso en su franja por 7,4 puntos a su nueva competencia en Antena 3 (16,1%), que emitió ‘Mask Singer’ (17% y 1,8M).

‘Supervivientes 2021’ creció al 23,7% en *target* comercial, con los espectadores jóvenes de **13 a 24 años** (29,2%)como sus principales seguidores. Superó la media nacional en los mercados regionales de **Canarias (30%), Andalucía (26,2%), Murcia (26%), Madrid (25,8%), Aragón (24,9%) y Galicia (23,9%).**

De igual forma, tanto el espacio previo **‘Supervivientes: Express’** (16,6% y 2,4M) como el posterior a la gala, **‘Supervivientes: Diario’** (16,5% y 419.000) también obtuvieron el respaldo de los espectadores que los escogieron como las ofertas más vistas en su franja, por delante de Antena 3 (16,5% y 9,2%). Además, ambos espacios incrementaron su audiencia en *target* comercial con un 16,8% y un 17,9%, respectivamente.

Asimismo, también destacó ayer el liderazgo en la mañana de Telecinco de **‘El programa de Ana Rosa’** (22,5% y 641.000), con más de 9 puntos de ventaja sobre ‘Espejo Público’ (13,2% y 372.000). Y como ya es habitual, vencierion en la banda vespertina **‘Sálvame Limón’** (13,1% y 1,4M) y **‘Sálvame Naranja’** (17,6% y 1,5M), en cuyas franjas Antena 3 promedió un 10% y un 11,8% de *share.*

**Telecinco fue la cadena más vista del día con un 16,8% de *share*** y lideró en el ***day time***, con un 17,5%; la **mañana**, con un 20,4%; la **tarde**, con un 16,8%; y el ***late night***, con un 25,6%. Asimismo, coronó el *target* comercial del miércoles con un 17,6% de cuota de pantalla frente al 14,5% marcado por Antena 3 en este parámetro.

Por su parte, la película de **El Blockbuster: ‘Wind River’,** emitida anoche porCuatro en *prime time* firmó un 7,1% y 784.000 espectadores, duplicando a la oferta de La Sexta en su banda de emisión (2,8%).