

Madrid, 13 de octubre de 2021

**‘Secret Story: cuenta atrás’ lidera con récord de temporada y crece al 22% en jóvenes**

**Con un 15,5% de *share* y 1,5M de seguidores, sumó 1,4 puntos respecto a la semana pasada y aventajó en casi 3 puntos a la oferta de su directo competidor (12,7%), que emitió la telenovela ‘Inocentes’ (11,6% y 1,1M).**

**Creció hasta el 17,2% en *target* comercial y hasta el 22% en público de 13-24 años, mientras que el más afín de la ficción de Antena 3 fueron los espectadores mayores de 65 años (17,6%).**

**‘Secret Story: cuenta atrás’,** vivió anoche una nueva victoria de su franja con su **mejor marca de la temporada** hasta la fecha tras anotar un **15,5% de *share* y 1,5M de seguidores**. Creció 1,4 puntos respecto a la semana pasada y registró un 17,2% en *target* comercial, con **los espectadores de 13 a 24 años (22%) y de 25 a 34 años (21,1%)** como sus principales adeptos**.**

El *reality* de Telecinco se impuso al resto de sus competidores, por encima del 12,7% de Antena 3, cuya entrega de ‘Inocentes’ (11,6% y 1,1M) descendió hasta el 7,3% en *target* comercial, con los espectadores mayores de 65 años como su público mayoritario, entre los que elevó su cifra hasta el 17,6%. ‘Secret Story: cuenta atrás’ superó la media nacional en los mercados regionales de Madrid (18,3%), Asturias (18,2%), Canarias (17,1%), Murcia (16,9%), Andalucía (16,6%) y Castilla la Mancha (16%).

**Telecinco** fue ayer la **televisión más vista del día con un 12,6% de *share***. También lo fue en ***day time*** (12,6%), con el liderazgo de **‘Socialité by Cazamariposas’** (15,3% y 1,1M) a 2,6 puntos de distancia de su competidor.

En **Cuatro,** destacó el contenedor Blockbuster con el largometraje **‘Jason Bourne’** (7,1% y 651.000) al superar la oferta de su competidor en la franja (6,4%). La película creció 1,6 puntos hasta anotar un 8,7% en *target* comercial.

Por lo que respecta a las televisiones temáticas, **Energy** fue la más vista del martes con un 2,6% de *share*.