

Madrid, 20 de octubre de 2021

**Los jóvenes, motor de un nuevo liderazgo en máximos de ‘Secret Story: cuenta atrás’**

**Con un 15,7% de *share* y casi 1,6M de seguidores, amplió su ventaja en 3,6 puntos a la oferta de su directo competidor (12,1%), que emitió la telenovela ‘Inocentes’ (11,8% y 1,2M).**

**Creció hasta el 17,9% en *target* comercial y mejoró aún más respecto a la semana anterior su seguimiento en públicos jóvenes: 23,1% en 25-34 años y 19,5% en 13 a 24 años. Los públicos mayores de 65 años eligieron por su parte la ficción de Antena 3 (18,7%).**

**‘Secret Story: cuenta atrás’** (**15,7% y casi 1,6M)** volvió a anotar anoche una nueva victoria de franja con **su mejor cuota de pantalla de la temporada.** Creció hasta el 17,9% en *target* comercial, con **los espectadores de 13 a 24 años (19,5%) y de 25 a 34 años (23,1%)** como sus principales adeptos**.**

El *reality* de Telecinco se impuso al 12,1% logrado en la franja por su competidor, cuya entrega de ‘Inocentes’ (11,8% y 1,2M) descendió hasta el 7,4% en *target* comercial tras registrar un seguimiento mayoritario de los espectadores mayores de 65 años (18,7%). ‘Secret Story: cuenta atrás’ superó la media nacional en Murcia (21,6%), Canarias (18,6%), Andalucía (17%) y Madrid (16,4%).

En *day time*, destacaron los liderazgos de **‘El programa de Ana Rosa’** (22,8% y 642.000), con 9,4 puntos de distancia sobre el 13,4% de su competidor y de nuevo encabezó la emisión con el *target* comercial más abultado de la jornada con un 23,5%. Por la tarde, **‘Sálvame Limón’** (13,6% y 1,4M) y **‘Sálvame Naranja’** (15,4% y 1,3M), también superaron las ofertas de su rival (10,4% y 14,2%, respectivamente).

Telecinco, que ayer convirtió de nuevo en positivo todas sus emisiones del martes de total individuos a target comercial,fue la **televisión más vista del día con un 14,9% de *share***. También lo fue en ***day time*** (16,4%), **mañana** (20,2%), ***late night*** (20,7% y ***target* comercial** (16,5%).

**‘Love is in the air’, lo más visto en las televisiones temáticas con su tercer mejor dato histórico**

Por lo que respecta a las televisiones temáticas, **‘Love is in the air’** fue en Divinity la emisión con mayor audiencia, con **409.000 espectadores y un 5% de *share*,** su **tercer mejor registro en cuota de pantalla hasta la fecha.** Creció hasta el 8,4% de *share* entre los jóvenes de 13 a 24 años.